CELEBRUL AUTOR AL CĂRȚILOR

Puterea în mişcare; Război şi Anti-Război

ALVIN TOFFLER

Consumatorii de CULTURĂ

Noi, americanii, părem a dori cu disperare să ni se spună că suntem culți, așa că specialiștii ne fac hatârul.

Omul de afaceri incult care-l zeflemisește pe Shakespeare simte în același timp un junghi de vinovăție.

ANTET

ALVIN TOFFLER

Consumatorii de cultură

Traducere de
MIHNEA COLUMBEANU

ANTET

Cuprins

PARTEA ÎNTÂI

Artă și oameni

„America este destul de generoasă cu orice om care trebuie să-și câștige existența, deși motivul pentru care călătorii cu mijloace independente de viață vor să rămână acolo mai mult decât o săptămână nu este deloc ușor de înțeles."

William Waldorf Astor, 1899

1

Elitiștii culturii

Statele Unite suferă de un complex de inferioritate privitor la propria lor cultură. Încă din vremurile coloniale, europenii au călătorit printre noi, și-au umplut carnetele cu însemnări și s-au întors acasă pentru a scrie reportaje acide despre aparenta noastră inospitalitate congenitală față de arte. Și europenii nu erau singurii. Această idee – că americanii ar fi primitivi și inculți – a fost reluată de generații întregi dintre propriii noștri artiști și critici sociali. O repetă, cu o siguranță oarbă, și actualii creatori de gusturi.

Această carte nu va contesta judecățile emise de către de Tocqueville și alții asupra felului cum se prezentau americanii în trecutul îndepărtat. Unele dintre opiniile lor, oricât de ostile, erau dureros de corecte. Nu urmăresc nici scopul de a dovedi că am creat în Statele Unite o cultură finită, un splendid pavilion strălucitor de excelență artistică în care toate exponatele sunt elegante și fiecare reprezentație e remarcabilă. Nu contest faptul că ne aflăm abia la începutul unei noi renașteri.

Dar susțin cu convingere că e timpul ca americanii să nu se mai rușineze cu starea artei lor. Scopul meu este acela de a dovedi că, de la sfârșitul celui de-Al Doilea Război Mondial, o serie de transformări uluitoare și, în ansamblu, sănătoase, au schimbat baza socială a artelor în țara noastră. Afirm că acei critici care continuă să pronunțe clișeele tradiționale despre înapoierea culturală americană, pur și simplu au pierdut contactul cu noua realitate. A venit vremea să punem sub semnul întrebării imaginea stereotipizată a americanului incult.

Schimbările din ultimii ani au fost denumite, în lipsa unui termen mai potrivit, o „explozie culturală". Nimeni nu e sigur de înțelesul ei exact, dar expresia în sine suscită controverse.

În primul rând, există aceia care afirmă că nu s-a produs nici o schimbare. Conform unor critici, „explozia culturală" nu este mai mult decât o ficțiune îngâmfată inventată de mass media. Ei insistă că, orice-ar fi, așa ceva nu s-a întâmplat și că americanii continuă să fie la fel de indiferenți ca întotdeauna față de artă. După opinia acestor observatori, în Statele Unite artele au fost

întotdeauna neglijate și continuă să fie astfel. Americanii sunt aceiași barbari, atâta numai că s-au îmbogățit. Nimic nu s-a schimbat. Prin urmare, termenul de „explozie culturală" are o semnificație egală cu zero.

Această carte va dovedi contrariul.

Un al doilea grup recunoaște că, într-adevăr, s-a întâmplat ceva cu artele din Statele Unite, după sfârșitul celui de-Al Doilea Război Mondial. Aceștia consemnează o dezvoltare, explozivă chiar, în rândurile publicului cultural. Confirmă că, astăzi, în fața teatrelor, a muzeelor și a sălilor de concerte stau la coadă mai mulți oameni decât oricând în trecut. Susțin, însă, că schimbarea este strict cantitativă și că oamenii de la coadă nu sunt îndemnați de un sincer interes sau apreciere a artei.

Astfel, Marya Mannes scrie: „Cunosc persoane care au asistat la concerte în fiecare săptămână din viața lor și spun că iubesc muzica, dar majoritatea dintre ei nu-l pot deosebi pe Bach de Haydn și nu știu ce e o notă de ruladă. (...) În consecință, gradul de participare la un eveniment cultural nu este în sine o dovadă a culturii." D-na Mannes se întreabă „dacă (...) artele sunt prețuite de o mai mare *proporție* de cetățeni de-ai noștri decât înainte." Alții sunt mai categorici. Poetul Randall Jarrell scrie despre „îngrozitorul gust al epocii" și denunță așa-numita cultură de supermarket. Îi țin isonul legiuni de artiști, critici, directori de fundații și universitari care sunt absolut siguri că artele din America derapează de pe un platou nu prea înalt spre un nou nadir.

Cartea de față va contesta o atare acuzație.

Printre aceia care reproduc acuzația de decadență a culturii americane se înscriu și elitiștii culturii. Acești oameni afirmă că arta a constituit dintotdeauna provincia aparte a unei elite și că, o dată ce se răspândește în afara acestei elite, standardele sale de calitate intră într-un inerent declin. Creșterea consumului de cultură – altfel spus, ascensiunea interesului public față de artă – amenință să înece elita, dacă nu a și făcut-o. Prin urmare, cu cât americanii manifestă un interes mai mare pentru muzică, teatru, balet, pictură sau poezie, cu atât este mai sigur că respectivele criterii de excelență elaborate de o elită cultivată vor fi călcate în picioare de o gloată de necunoscători dornici să învețe.

Marele preot al ideologiei artei-pentru-elite este acel fermecător pisălog de Dwight Macdonald, care se lamentează că „dacă înainte-vreme Marea Cultură se putea adresa numai *cognoscenti*-lor, acum ea trebuie să țină seama și de *ignoscenti*. (...) Dacă am avea aici o elită culturală clar definită, atunci masele ar putea să aibă *Kitsch*-ul lor, iar clasele ar putea avea Marea lor Cultură, toată lumea fiind fericită." Pe scurt, elitiștii declară că acela care condamnă arta la mediocritate este actualul consumator de cultură, și că în consecință ascensiunea consumului de cultură face inevitabilă deteriorarea artelor în Statele Unite.

Această carte va pune la încercare teoria elitistă.

În sfârșit, mai există și aceia care nu sunt decât pur și simplu buimăciți de existența (sau inexistența) „exploziei culturale“ și de sensul (sau nonsensul) ei. Un prim exemplu al acestei buimăceli este Harold C. Schonberg, critic muzical al ziarului *The New York Times* și, în virtutea acestei poziții, unul dintre cei mai influenți creatori de gust ai țării. Domnul Schonberg este cel care a publicat în *Saturday Evening Post* un articol amplu citat, sub titlul: „«Explozia culturală» națională e falsă“. Pentru a sublinia ideea, un subtitlu se grozăvea: „Spanac, le răspunde un reputat critic experților care se laudă că în S.U.A. cultura înflorește“.

Dl. Schonberg își deschidea articolul cu cuvintele:

„Cultură! Este noul capriciu, cel mai recent simbol de calitate. Noi, americanii, părem a dori cu disperare să ni se spună că suntem culți. Așa că specialiștii ne fac hatârul, repezindu-se la tribună pentru a ne asigura că noua renaștere e după colț.“

Toate acestea ar fi fost mai seducătoare, dacă în urmă cu puțin timp dl. Schonberg însuși n-ar fi dat fuga la tribună, vorba lui, ca să ne asigure – prin ziarul *Times* – că:

„În comparație cu ceea ce era încurajat acum douăzeci și cinci de ani, ultimul deceniu a fost virtualmente o renaștere, iar istoria îl poate recunoaște ca atare.“

Pe care să-l credem, pe dl. Schonberg din *Saturday Evening Post*, sau pe dl. Schonberg din *The New York Times*? Ori pe nici unul? Confuzia generează confuzie.

De fapt, rareori s-a întâmplat ca vreun non-eveniment, sau un eveniment a cărui semnificație e zero, să poată stârni atât de multe confuzii și controverse în confreria creatorilor de gust. Adevărul este, că a avut loc o mutație istorică a locului artelor în viața americană. Mai mult, această mutație este importantă nu numai pentru americani, ci și pentru alte națiuni, ea fiind înrudită cu fundamentalele schimbări economice și de clasă determinate de emerența unei societăți industriale în etapa acumulării materiale. Ceea ce se întâmplă azi în Statele Unite are toate șansele să-și găsească nu peste mult paralela și în alte societăți.

Schimbările la care mă refer sunt complexe, dar cel puțin unele dintre ele îi sunt imediat vizibile oricui nu e orbit de preangajamentul teoretic sau de nevoia menținerii unei poziții de superioritate critică. Fiecare dintre noi a observat unele dintre semnele noii atitudini americane față de arte. Am manifestat o ușoară surpriză, poate, aflând că inginerul din vecini petrece o seară pe săptămână cântând la violoncel într-un cvartet de coarde amatori. Am observat că o gospodină de pe strada noastră frecventează joia după-amiază un

„centru de artă" pentru a modela argilă. Noi înșine avem dificultăți neobișnuite pentru a obține locurile dorite la operă sau la teatru, și nu putem să nu remarcăm că edițiile de buzunar și discurile L.P. se găsesc pretutindeni. Lucrurile nu au stat așa dintotdeauna.

Pentru mine, personal, schimbarea este simbolizată printr-un contrast singular. Când eram în colegiu, la scurt timp după război, petreceam multe ceasuri plimbându-mă prin galeriile curate și tăcute ale Muzeului de Artă Modernă, privind *Guernica* sau stând în mica sală de cinematograf de la parter, în timp ce se proiecta *Doctorul Caligari*[1]. De obicei, erau atât de puțini vizitatori, încât simțeam pustietatea locului. Îmi era ușor să-mi imaginez că tot muzeul, cu magnificele sale colecții, îmi aparținea mie. Și simțeam o legătură subtilă cu ceilalți vizitatori, atât de puțini la număr, ca și cum prezența noastră comună în acel loc ne-ar fi despărțit în mod sfidător de ceilalți americani. Astăzi, iluzia de proprietate nu mai e posibilă. Sentimentul se exclusivitate a dispărut. Muzeul e plin cu „alți americani" și e posibil ca alte câteva sute să stea afară la coadă, așteptând să intre. Același lucru este valabil în toată țara, nu numai la muzee, ci și în săli de concerte și teatre. Discipolii artei s-au înmulțit, de la o mână de oameni singuratici, la o armată.

De unde provin toți acești oameni cărora, până nu demult, arta părea a le fi indiferentă? Ce vor? Ce anume îi animă? Numai după ce răspundem la asemenea întrebări, vom putea discuta în mod inteligent despre influența consumatorului de cultură asupra artei în sine. Numai atunci, consumatorul de cultură va putea fi lăudat sau condamnat.

Pe scurt, dacă vrem să interpretăm un fenomen, trebuie să începem prin a-i studia caracteristicile obiective. Dacă o creștere a implicării publicului în artă ne amenință standardele de calitate, pare a fi pur și simplu logic să ne întrebăm cât de amplă este acea implicare. Cât de mulți americani sunt, într-un fel sau altul, interesați de arte? Nu putem ști niciodată cu adevărat cât înseamnă arta pentru un individ sau pentru o națiune. Dar putem observa comportarea acelui individ sau a acelei națiuni, trăgând concluziile adecvate. Omul care spune că îi place să citească dar nu are timp pentru așa ceva trebuie să fie judecat după faptele, nu după vorbele lui. În mod similar, sumele de bani și cantitatea de timp pe care o națiune le investește în artă ne oferă cel puțin un indiciu al atitudinii naționale. Cu alte cuvinte, înainte de a începe să ne dăm cu presupusul despre starea artelor, sau despre psihicul american și neajunsurile lui, ar trebui să examinăm faptele vizibile. Și totuși, cu toate teoretizările și manifestările fulminante, această idee simplă nu pare să fi răzbătut

1. *Das Kabinet der Doktor Caligari*, 1919, r. Robert Wiene, cu Conrad Veidt, Werner Krauss, Lil Dagover; capodoperă a filmului mut, deschizătoare a expresionismului în cinema. (n.tr.).

prin creierele celor mai preocupați de pretinsul declin al gustului american. Preferă să aibă de-a face cu generalități neverificabile. În fond, faptele sunt greu de găsit. Opiniile se colectează mai ieftin și se vând mai ușor.

În mod similar, din partea multora dintre cei mai vehemenți critici se remarcă o evidentă miopie geografică pe care o putem descrie, cu cea mai mare politețe, drept provincialism. Aceștia își limitează observațiile la Insula Manhattan, pe baza ipotezei obtuze că nimic aflat la vest de Hudson nu prezintă vreo importanță culturală. Poate că așa ceva era adevărat odinioară – idee oricum discutabilă – dar nu mai este cazul, iar dacă vrem să generalizăm cât de cât discuția privitoare la nivelul gustului național, ar trebui să avem habar și ce se întâmplă în Lincoln, Nebraska, nu numai în Lincoln Center.

Aceasta nu înseamnă că o estimare a sănătății artelor din America se poate baza exclusiv pe date obiective sau documentate. Judecățile estetice sunt non-științifice și, chiar dacă ar fi altfel, acolo unde informațiile nu sunt disponibile trebuie să intervină intuiția. Dar cei care se declară preocupați de soarta artei au obligația de a revedea informațiile disponibile înainte de a-și azvârli acuzațiile. Înainte de a-l denunța pe consumatorul de cultură, se cade să-l examineze.

Voi începe, așadar, cu un capitol despre cantitate. Voi încerca să prezint o idee aproximativă a cantității consumului de cultură în această țară și a modului în care acesta s-a schimbat începând de la sfârșitul anilor 1940. În acest context, ne concentrăm asupra consumatorului de cultură. Dacă e adevărat că viitorul gustului din țara noastră se află în mâinile lui, atunci ar trebui să știm mai multe despre el. Trebuie să-i studiem pasiunile și slăbiciunile, câștigurile, educația, gusturile la mâncare, băutură și călătorii. Cu cât știm mai multe despre el, cu atât vom putea judeca mai bine impactul său probabil asupra artei.

După ce l-am scrutat pe consumatorul de cultură și motivațiile lui, pe cât putem de bine, vom privi câteva dintre aproape neobservatele schimbări asociate cu ascensiunea lui. Una dintre acestea constă într-o pitorească revoluție care cuprinde în prezent comitetele directoare ale muzeelor, orchestrelor și celorlalte instituții similare, înlocuind o veche conducere de mentalitate elitistă cu o tânără gardă dedicată obiectivelor anti-elitiste. Vom pătrunde în aceste săli de consiliu pentru a face cunoștință cu combatanții.

Nici o mare expansiune în consumul de cultură nu se poate produce fără a schimba relația artelor cu celelalte segmente ale societății. Astfel, vom examina juxtapunerile modificate dintre artă și universitate, artă și afaceri. De asemenea, vom vizita unele dintre marile centre artistice noi care apar prin toată țara și dovedesc ascensiunea unei noi clase de birocrați culturali.

Îndreptându-ne spre artist, vom încerca să aflăm exact cât de sărac cu

duhul este sau nu este. Vom schița apoi excentrica economie a artei, demonstrând de ce sunt atât de ridicate costurile culturii și de ce prețul de intrare pentru consumatorul de cultură are toate șansele să crească și mai mult în viitor. Dacă așa stau lucrurile, ne putem aștepta ca patronul artelor să-și asume un rol și mai central decât în prezent. Cine sunt noii patroni? Prin ce diferă ei de faimoșii patroni din vechime? Cum s-a transformat în ultimii ani relația dintre patron și artist? Și care ar trebui să fie (dacă este într-adevăr necesar) rolul guvernului federal în lumea artelor?

Dezbaterea despre ajutorul federal acordat artelor constituie aproape un ritual, la întrunirile artiștilor și ale iubitorilor de artă. Iar dezbaterea în sine se desfășoară de obicei în stil ritual, cu o mână de argumente tocite repetându-se la nesfârșit. Pe de o parte, suntem avertizați că dacă guvernul federal nu vine imediat în ajutorul artelor, întreaga noastră mașinărie culturală se va opri zdrăngănind. Pe de altă parte, ni se atrage atenția că sprijinul federal față de cultură e sinonim cu socialismul – sau chiar mai rău. Dezbaterile nu se ridică decât rareori mai presus de acest nivel primitiv.

Ceea ce face ca discuțiile de acest gen să fie atât de plicticoase și lipsite de fond este faptul că toată lumea se consideră calificată să participe la ele, fără recurs la fapte concrete. Tot poporul, de la senator la saxofonist, se consideră expert în materie de ajutor federal. Dar aproape nimeni nu găsește necesar să-și dezvolte priceperea, aruncând pentru început o privire obiectivă asupra celor ce se întâmplă cu adevărat prin țară. Acest lucru îl vom face înainte, nu după ce vom sugera rolul potrivit al guvernului federal în artă.

În sfârșit, vom reveni la chestiunile estetice ridicate de elitiști și de alții. Vom încerca să confruntăm teoria elitismului cu realitatea, pentru a ajunge la o estimație asupra probabilului impact al consumatorului de cultură asupra gustului. Numai în acest fel putem ajunge la concluzii utile pentru a da formă politicii publice și deciziilor cotidiene care determină direcția de mișcare în viața noastră culturală. Numai în acest mod poate fi ridicată discuția publică deasupra nivelului de generalitate superficială.

E clar că, dacă vrem să pornim pe acest drum, sunt necesare câteva clarificări și definiții. Termenul „consumator“, de exemplu, are în societatea noastră atât de multe conotații contradictorii, încât folosirea sa presupune unele comentarii. Îl voi defini puțin mai târziu. Pentru moment, nu e important de reținut decât că îl voi folosi pe tot parcursul într-un sens neutru, nonpeiorativ. Mai mult, vorbind despre consumatorul de cultură, nu intenționez să-l compar într-un mod simplist cu consumatorii de cauciucuri, pastă de dinți sau tutun. Nu numai că arta e diferită de toate celelalte mărfuri sau servicii, dar, spre deosebire de beneficiarul unor produse ca pasta de dinți,

consumatorul de cultură nu lichidează neapărat ceea ce consumă. Prin fața unui tablou dintr-un muzeu pot trece un milion de oameni: aceștia nu-i reduc câtuși de puțin frumusețea sau puterea de a impresiona. Similar, ei pot umple sălile de teatru sau concerte fără a „devora" sau a „distruge" operele de artă reprezentate în fața lor. Într-adevăr, lucrurile stau tocmai invers: prin prezența și reacția lor, consumatorii instituie un parteneriat viu cu producătorii.

Totodată, termenul, așa cum îl voi folosi, nu implică nici pasivitate. Milioanele de consumatori ai culturii sunt amatori activi. Pictează. Cântă. Dansează. Oricum le-am privi operele, e clar că oamenii sunt mai mult decât niște receptori pasivi. Mai mult, spectatorul de concerte sau balet poate sta smirnă în fotoliu, mișcându-și doar ochii, ocazional, fără a fi totuși „pasiv". Cu siguranță, examinarea și asimilarea structurii unei sonate sau a simbolisticii unei piese de teatru presupune un mare potențial de activitate intensă. Nu avem cum ști sau măsura câtă activitate se derulează în interiorul craniului sau în sinapsele sistemului nervos și nu are nici un rost să începem cu speculații. Acuzația de „pasivitate" e pur și simplu prezumptioasă.

Cât despre termenul „cultură", din cele scrise deja reiese clar că nu folosesc cuvântul în sensul său antropologic, ca sinonim pentru „societate". Și nu îl folosesc nici în sensul aplicat de analiștii sociologici ai americanilor; nu mă refer la ceea ce ei numesc „cultura de masă". Eu folosesc termenul, mai mult sau mai puțin colocvial, ca sinonim al artelor frumoase – cele pe care elitiștilor le place să le numească Marea Cultură. Prin aceasta mă refer la pictură, muzică, teatru, sculptură, dans, literatură și arta filmului. În cele ce urmează, nu mă voi ocupa decât tangențial de televiziune, Hollywood, jazz sau reviste de masă, și numai de acel sector al radiodifuziunii care se dedică în primul rând muzicii clasice.

Mai mult, nu voi eschiva termenul de „explozie culturală" și, de acum încolo, voi renunța la ghilimelele care îl încadrează. Este adevărat că americanii tind spre excese lingvistice și că de imaginea exploziei s-a abuzat până la epuizare. Totuși, în măsura în care cuvântul explozie semnifică schimbarea, amorfă dar puternică, el constituie un mod adecvat de a descrie transformarea despre care cred că are loc în viața Statelor Unite cu începere de la finele anilor 1940. Ascensiunea consumatorului de cultură nu este decât punctul de pornire, căci apariția sa în scenă a adus cu sine o suită de consecințe estetice, sociologice și economice. Expresia „explozie culturală" reprezintă un mod prescurtat de a rezuma toate aceste schimbări la un loc. S-ar putea să fie tocită, dar nici o alta nu e la fel de adecvată.

De asemenea, mă voi referi pe ici pe colo la „industria culturii", prin care înțeleg întreaga mașinărie, fizică și socială, atât comercială cât și non-profit, care se dedică producției sau distribuției de bunuri și servicii artistice. Celor

mai mulți dintre noi nu le place să se gândească la artă în asemenea termeni prozaici și cinici. Însă, chiar dacă arta poate fi produsă de către genii indiferente față de potențialul ei comercial, din momentul când se transmite dincolo de un cerc intim ea devine un produs social. Necesită canale de distribuție. Are nevoie de investiții, nu numai de imaginație, ci și de bani și timp măsurabil. Acest lucru e adevărat în toate sistemele economice, nu numai într-al nostru, și nu putem înțelege nici pe departe relația dintre artă și societate dacă insistăm să încețoșăm această realitate.

În sfârșit, una dintre premisele cărții noastre este aceea că arta e mai puțin misterioasă decât ar prefera elitiștii culturii să credem. În cel mai bun caz, arta poate constitui un complex imposibil de descris. Ea, însă, nu se desparte de societatea din jur. Mai mult, conținutul ei, formele sale tipice, calitatea sa, toate sunt afectate indirect de considerații terestre ca un cutremur pe Wall Street sau o dispoziție a Serviciului de Venituri Interne[2]. Această carte nu va oferi nicăieri reguli simple pentru a înțelege dansul modern sau a evalua un Picasso; însă va explora legăturile dintre artă și societatea îmbelșugată material, într-un mod care, cred, încă nu s-a încercat nicăieri.

Această explorare ne va conduce inevitabil înapoi la aserțiunea că excelența estetică este incompatibilă cu democrația. Dl. Macdonald ne asigură: „conservatorii au dreptate când spun că niciodată nu a existat o cultură de largă democrație la înalt nivel". S-ar putea ca așa să fie. Dar aceasta nu dovedește că nu poate exista. Trăim într-o epocă stranie și miraculoasă, în care faptul fără precedent a devenit un loc comun. Adevărul este că presupusa antiteză dintre artă și democrație nu a fost pusă la încercare niciodată până acum, într-o societate prosperă unde timpul liber și învățământul sunt răspândite pe scară largă. Rezultatele unui asemenea test ne-ar putea oferi o surpriză foarte plăcută.

Deci, să începem să ne luăm măsura. Să privim această nouă și neobișnuită fascinație față de arte – sub aspectul manifestărilor sale externe, al volumului și ponderii sale, al formei și direcției și al caleidoscopicei sale bogății de culori.

2. (**În orig.**) *Internal Revenue Service* (I.R.S.), echivalentul american al Gărzii Financiare. (n.tr.).

2

Cantitatea culturii

Atitudinea americanilor față de artă a înregistrat, după sfârșitul celui de-Al Doilea Război Mondial, o întoarcere de 180 de grade. Dintr-o stare de apatie, indiferență și chiar ostilitate, s-a transformat într-un entuziasm dornic, deși uneori ignorant. Distanța parcursă și viteza de deplasare au fost surprinzătoare, chiar și într-o epocă a valorilor în schimbare rapidă.

La început, s-a remarcat disprețul. În Anglia de la jumătatea secolului al XVII-lea, ordonanțele împotriva vagabondajului îi nominalizau dintr-o suflare pe „tâlhari, vagabonzi, comedianți și cerșetori“, iar puritanii închideau teatrele care cu doar câteva generații în urmă îi născuseră pe Shakespeare și Marlowe. Pentru puritanul cu acte în regulă, munca era sacră, lenea diabolică, iar arta, în cel mai bun caz, o irosire a „prețiosului timp al lui Dumnezeu“. Nu e deloc surprinzător că această desconsiderație față de arte a fost transplantată în sălbăticia de pe malul apusean al Atlanticului. Chiar și în Virginia, pe-atunci mai liberală decât coloniile din Noua Anglie, în anul 1665 trei oameni au fost dați în judecată pentru că avuseseră îndrăzneala de a monta o piesă de teatru. (Astfel, târât într-un litigiu, a apărut pentru prima oară teatrul în istoria americană.)

În 1700, Pennsylvania a emis o lege prin care interzicea „spectacolele scenice, măștile, carnavalurile“. Șase ani mai târziu, Cotton Mather îi făcea albie de porci pe cei care cutezau să se angajeze în „spectacole de teatru și dansuri mixte“, alături de cititorii cărților „neprofitabile“ și alți păcătoși, inclusiv fumătorii, cartoforii, băutorii și jucătorii de zaruri. Iar când, în 1714, judecătorul Sewall, din Boston, a auzit zvonuri că urma să se reprezinte o piesă în sala consiliului, s-a răstit: „Interzic cu străşnicie. (...) Nu dau voie ca Bostonul creștin să ajungă mai prejos de păgâna Romă cu practica deșertăciunilor rușinoase.“

Lenta dezvoltare a artelor care a urmat în America nu se poate pune numai pe seama puritanismului. Americanii erau ocupați să-și taie drum prin pădurile virgine. Comunitățile cu adevărat urbane, esențiale pentru nutriția artelor, încă nu se formaseră. Pe vremea lui Washington, orașul New York nu avea decât 33.000 locuitori, iar în toate coloniile la un loc nu trăiau decât 200.000 de

oameni, în comunități de câte 2.500 de indivizi sau mai mult. În plus, ca progenituri ale Angliei, coloniștii au adus cu ei o spoială de cultură din țara-mamă. După cum sugera de Tocqueville, această relație le-a dat americanilor posibilitatea „de a neglija aceste ocupații (știința, literatura și artele) fără a recădea în barbarie".

În același timp, ar fi o greșeală să presupunem că, până nu demult, America era complet străină de cultură. Teatrul, muzica și pictura începuseră să prindă rădăcini în S.U.A. încă dinainte de 1800, în orașe cum ar fi Charleston, South Carolina, în actualul Winston-Salem, în Philadelphia și New York. Anul 1840 a cunoscut chiar o mică prosperitate a interesului public față de pictură. *American Art Union*[1], care organiza în fiecare an o mare tombolă cu premii în tablouri și gravuri, a găsit agenți în patru sute de orașe, înainte ca un ordin judecătoresc să îi stopeze afacerile cu tombola (și, implicit, cu opere de artă), în 1851.

În literatură, la mijlocul secolului trecut, au atins celebritatea Melville, Whitman, Emerson, Hawthorne și Poe. O dată cu formarea marilor averi de după Războiul Civil, activitățile culturale, cel puțin sub formele lor de manifestare europene, au început să facă parte din statutul de manevră al celor bogați. Iar în jurul anului 1904, nomada Chautauqua, acea multicoloră combinație de cultură și însuflețire pe pânză, devenise o componentă familiară a scenei americane, omogenizând arta și oratoria alături de economia internă, vodevilul și predicile din amvon.

Totuși, forța psihologică a puritanismului a persistat mult timp după decăderea acestuia ca mișcare organizată. Evanghelia muncii și concomitentul său dispreț față de cultură au rămas adânc încastrate în atitudinile claselor medii. Când a pufnit: „N-oi fi eu Rockefeller sau James J. Shakespeare, da' știu cu siguranță ce-am în cap și bine fac că-mi tocesc coatele la birou", Babbitt exprima ostilitatea de esență a puritanismului față de artă și divertisment, precum și resentimentele sale personale față de un fiu care dorea să devină actor.

Și, în pofida progreselor nesigure ale culturii în țară, acum nu mai mult de treizeci și cinci de ani, Mencken putea caracteriza corect zone întinse din S.U.A. ca o „Sahară a Bozartelor"[2] și comenta că „cel mai important dirijor american, dacă s-ar duce la Leipzig, ar fi pus să lustruiască tromboane și să copieze partituri pentru tobă". Ross, de la ziarul *New Yorker*, putea lua în râs filistinismul „bătrânei din Dubuque". Chiar și în anul 1945, acest gen de nemulțumiri aveau un accent contemporan. La jumătatea anilor cincizeci, însă, tradiționalul dispreț american pentru cultură începuse deja să se schimbe.

1. Uniunea Americană de Artă. (n.tr.).
2. „Bozart": formă barbară a expresiei Beaux-Artes - Belle Arte, Arte Frumoase. (n.tr.).

Într-adevăr, curând după Al Doilea Război Mondial începuse un mare val de interes public față de arte. Acumulând energie, acesta s-a revărsat în ultimii ani cu impetuozitatea unei dorințe îndelung reprimate.

Astăzi, în loc de dispreț, se remarcă dorința, iar graba cu care americanii se reped să joace în câte un teatru comunitar, să dea cu penelul pe pânză, să manipuleze lut, să exerseze la pian sau doar să se bucure de câteva ore „neprofitabile“ într-o bibliotecă sau muzeu, i-ar cauza fără-ndoială bătrânului judecător Sewall o gravă criză de dispepsie.

Acest nou apetit pentru artă se manifestă în moduri diverse. S-a arătat prin numirea de către Președintele Kennedy a unui consilier oficial de cultură. Se reflectă în festivalurile culturale organizate la Enid (Oklahoma), Nashville (Tennesse) și zeci de alte localități. S-a exprimat prin noua mișcare liturgică în care, citând un reportaj, „se folosesc piesele de teatru și spectacolele muzicale pentru a face legătura între religie și viața contemporană“. Se poate vedea în conferința convocată de către ALF-CIO în 1963 pentru a discuta „folosirea constructivă a timpului liber“. Se găsește în petiția ca, atunci când lucrează pentru Autoritatea de Reamenajare Urbană din Philadelphia, constructorii să afecteze „nu mai puțin de unu la sută“ din dolarii contractuali achiziționării de sculpturi și tablouri. Și, din păcate pentru bietul judecător Sewall, cel mai evident îl denotă cele două sute de producții teatrale montate anual în propriul său Boston creștin.

Forța acestui nou flux al foamei de cultură este sugerată de sumele pe care le investesc americanii în artă. Nimeni nu le poate determina cu precizie – prea multe depind de factori arbitrari, iar cifrele care s-au putut consemna sunt fragmentare. Cu toate acestea, în cadrul unei zone de consens aproximativ, cifrele sunt revelatoare. În 1961, subsemnatul a afirmat într-un articol din revista *Fortune*:

„În 1960, americanii au cheltuit aproape 300 de milioane de dolari numai pentru funcționare a celor 620 de muzee din țară. Cu cât au turnat mai mulți bani în (...) muzeele se istorie, știință și alte tematici non-artistice, reprezintă o sumă necunoscută dar în mod clar apreciabilă. De asemenea, americanii au depus peste 300 de milioane de dolari pentru funcționarea bibliotecilor publice. Au cheltuit circa 200 milioane de dolari cumpărând tablouri, stampe, reproduceri color și materiale pentru uzul profesioniștilor și al amatorilor din domeniul artelor plastice. Au achiziționat înregistrări de muzică clasică în valoare de 90 milioane de dolari; de asemenea, au cheltuit 590 milioane de dolari pe instrumente muzicale și 26 milioane de dolari pentru activitatea orchestrelor simfonice – fără a mai pune la socoteală formațiile din școli și colegii. Nota de plată a cărților s-a ridicat la cel puțin un miliard de dolari, cifră destul de mare pentru a lăsa o sumă impresionantă chiar și după scăderea

tuturor manualelor, a romanelor western și a celor polițiste. Au cheltuit circa 375 de dolari la casieriile teatrelor, ale operelor și ale sălilor de concerte.

Cât anume au cheltuit exact pentru studiile artistice și muzicale în școli, sau pentru lecțiile extrașcolare de acuarelă și balet, e imposibil de știut. Și nimeni nu știe cât de multe milioane se plătesc pentru funcționarea sutelor, literalmente, de centre artistice (...) care au răsărit în cantități necontrolate prin toată țara, de-a lungul ultimului deceniu. Anul trecut, americanii au cheltuit sau donat pentru cultură, la un loc, un minimum minimorum de trei miliarde dolari, cifră care exclude fondurile publice și darurile de afaceri. Amănuntul semnificativ este acela că suma e cu 70 la sută mai mare decât estimația comparabilă din urmă cu zece ani." Această rată de creștere era de aproape patru ori mai mare decât rata demografică din același deceniu.

Aș fi putut adăuga, cu toate preocupările exprimate azi despre puterea mijloacelor de informare în masă, că trei miliarde de dolari reprezintă mai mult decât cantitatea cheltuită în fiecare an de către întreaga industrie de transmisiuni, radio și televiziune la un loc. Este mai mult decât se cheltuiește pe ziare și de peste două ori suma plătită în fiecare an pentru editarea principalelor reviste de masă. Cifra nu justifică o mândrie îngâmfată, dar ne ajută să plasăm „grosul" de ansamblu al activităților culturale într-o oarecare perspectivă.

Mai mult, de atunci am scris că cifrele au crescut vertiginos.[3] Astăzi, totalul cheltuielilor pentru cărți se apropie de 1,6 miliarde de dolari, pe lângă un miliard menționat mai sus, deși nu a trecut decât foarte puțin timp. Recent, *Stanford Research Institute*[4] raporta: „imaginea americanului incult a fost spulberată de un baros statistic". Arnold Mitchell, economistul S.R.I. responsabil de acest raport, prezicea că „în jurul anului 1970, tendințele spre cultură vor crea o piață totală a artelor de aproximativ șapte miliarde de dolari." Dl. Mitchell mai adaugă: „găsesc destul de elegant faptul că, dintre militarii care vizitează orașul New York, mai mulți se duc la Muzeul de Artă Modernă decât la oricare alt punct de atracție, excepție făcând Empire State Building."

Militarii domnului Mitchell nu erau elemente ale hazardului. Americanii au devenit un popor de vizitatori ai muzeelor, după cum remarcă surprinși străinii când își fac rondurile turistice. În 1958, un studiu aplicat numai pe 21 de muzee a arătat o participare totală de 19.370.000 vizitatori. În doi ani, cifra a urcat la 21.360.000 – crescând cu peste zece la sută. Prin toată țara, muzeele fac loc unor mulțimi fără precedent.

3. Singura excepție importantă, din câte știu, este o scădere a volumului în dolari de vânzări ale discurilor clasice. După toate probabilitățile, acest declin reprezintă un sinclinal temporar al unei curbe care a urcat cu neregularitate timp de cel puțin un deceniu. (n a.).

4. Institutul de Cercetări Stanford. (n.tr.).

De asemenea, și afacerile bibliotecilor prosperă. Numărul de volume din bibliotecile publice a crescut de la 143.000.000, în 1950, la 210.000.000, în 1960. Iar aceste volume n-au stat doar să adune praful. Circulația totală a bibliotecilor publice a atins recordul de 677 milioane de volume în 1958, iar numărul de cititori individuali se pare că a crescut cu cincizeci la sută în ultimii zece ani.

Totodată, marele public cumpără cu aviditate cărți. Anii cincizeci au cunoscut apariția așa-numitei „explozii de paperback“, care a adus la îndemâna consumatorului ediții ieftine de poezie, muzică, estetică și artă, iar saltul de lectură pe care l-a stimulat și reflectat acest fenomen dă toate semnele de a continua. Într-un raport recent, Comisia Națională a Cărților a folosit expresia „febră culturală“ pentru a descrie o situație nouă. Un sondaj efectuat de Comisie a indicat că în ultimii cinci ani vânzările din librării și circulația din biblioteci au crescut de trei ori mai rapid decât populația.

Pe lângă că și-au hrănit mințile, americanii și-au delectat și urechile. Conform Ligii Orchestrelor Simfonice Americane, creșterea audițiilor muzicale din ultimii ani a fost de-a dreptul „fenomenală“, în prezent Liga primind mai multe rapoarte despre săli de concerte cu toate locurile vândute decât oricând în trecut, de când au început să le consemneze în documente. În mod tipic, Filarmonica din Detroit și-a văzut publicul înmulțindu-se de la 300.000 la 700.000 de spectatori pe an, într-un singur deceniu. Cu o asemenea încurajare, s-au format noi filarmonici, în ritm rapid, iar cele vechi și-au mărit durata stagiunilor. În 1950, Statele Unite aveau aproximativ 800 de filarmonici. Astăzi există circa o mie două sute cincizeci, iar majoritatea celor noi au apărut în orașe cu populația de cel mult 50.000 de locuitori. În ansamblu, se estimează că aceste orchestre au cântat în fața unui public total de zece milioane de spectatori.

O aversă similară s-a produs și în operă. Asociația Operei Metropolitane a dublat numărul de reprezentații pe care le dă în fiecare an la New York, cântând cu sala umplută la capacitate maximă. Iar Opera Metropolitană nu e singura. În S.U.A. există 710 trupe de operă, în majoritate amatoare, și încontinuu apar altele noi. Teatrul de Operă din Detroit, născut doar cu câțiva ani în urmă, a înregistrat succese notabile cu punerea în scenă a operelor de cameră profesioniste, inclusiv lucrări mai puțin cunoscute ca „Galanterie“ de Douglas Moore și „Clopotul de seară“ de Donizetti, ambele jucate cu casa închisă. La Chicago s-a format o companie de operă profesionistă, în 1954. În 1975, a organizat și orașul Dallas una, care joacă deja opt spectacole pe stagiune, într-o sală cu 4.200 de locuri.

În același timp, consumatorii de cultură iau cu asalt magazinele de discuri, ducând acasă în fiecare an circa 17,5 milioane de înregistrări ale bucăților

numite în derâdere, până nu demult, „chestii pletoase". Gospodinele cumpără muzică clasică, pe lângă legumele congelate, de la supermarket-ul din cartier. Mai mult, anii cincizeci au cunoscut o creștere spectaculoasă a muzicii de amatori. Conform Conferinței Americane pentru Muzică, numărul instrumentiștilor amatori a sărit de la 19 milioane, în 1950, la 35,5 milioane, în 1963, iar volumul în dolari al vânzărilor de instrumente a crescut cu peste 175 la sută.

Boom-ul muzical a pornit de la o bază populară care era încă dinainte destul de largă. Dimpotrivă, în tot timpul trecut de la sfârșitul secolului al XIX-lea, când răspândirea aparatelor de fotografiat i-a lăsat fără muncă pe pictorii de portrete ambulanți din provincie, artiștii grafici americani și admiratorii lor s-au înghesuit mai mult sau mai puțin într-un ghetou din New York mărginit de Strada 57 la nord și Greenwich Village la sud. Din acest motiv, propagarea interesului de masă pentru pictură este și mai surprinzătoare decât impulsul activității muzicale.

În 1950, la New York existau circa 150 de galerii de artă și, poate, un număr egal răspândit răzleț prin toată țara, mai ales în marile orașe. Astăzi, numai în New York sunt peste 300 de galerii și nimeni nu a putut număra sutele care au răsărit prin locuri ca Flint, Michigan și Quincy, Illinois. În Phoenix, Arizona, existau două galerii în 1950, iar în 1955, patru. Cele patru la un loc aveau o cifră de afaceri estimată la 100.000 de dolari. Cinci ani mai târziu, existau cel puțin 50 de galerii, cu un volum estimativ de 1.500.000 de dolari; în Rochester, New York, o galerie mică și inspirat proiectată expune lucrări de înalt profesionalism, la mezaninul unei hale comerciale din centrul orașului.

Galeriile acoperă toată gama, de la bogatele și impresionantele bazaruri vechi de pe Strada 57 ca Wildenstein's, unde nu e deloc surprinzător să vezi un Rembrandt schimbând stăpânii, până la un nou gen de galerii suburbane sau semi-suburbane ca Raven, care și-a deschis porțile în iulie, 1960, la Detroit. Raven este o afacere de vitrină, cuibărită într-un liniștit cartier rezidențial. Fondată cu doar 5.000 $ de către un fost tipograf iubitor de artă, pe nume Herbert Cohen, galeria aranjată cu cel mai bun gust vinde sculpturi și tablouri la prețuri între 10 $ și 2.300 $, toate create de artiști din Michigan. Pentru a atrage publicul, Cohen organizează recitaluri cu muzică de cameră și colocvii pe teme culturale, care sunt transmise de W.Q.R.S., un post de radio local pe frecvență medie. Clienții sunt serviți cu sandvișuri și cafe espresso. În primul an de activitate, Raven a înregistrat 40.000 de vizitatori. Asemenea succese rapide nu mai sunt ieșite din comun. E adevărat că rata mortalității în rândurile galeriilor mici (și adeseori subfinanțate) este mare. Apar și dispar. Dar pentru fiecare galerie care se închide, alte câteva apar spre a servi crescânda armată de mici colecționari.

Noua pasiune pentru picturi a încurajat și alte instituții să intre în joc. În 1959, Districtul Columbia a fost silit să închidă un bistro care expunea pe pereți tablouri cu vânzare, încălcând legile locale pentru distribuirea băuturilor alcoolice. În Detroit, un comerciant de autoturisme Buick își ademenea cumpărătorii de mașini cu exponate originale de pictură, gravură și litografie, la prețuri între 200 $ și 300 $, iar un constructor de locuințe vindea tablouri etalate pe pereții caselor de prezentare. Tot mai multe organizații, de la Ligile Juniorilor până la Cluburile Tammany, organizează vânzări de opere de artă în cadrul acțiunilor pentru colectări de fonduri, iar chintesența acestei noi manii față de pigmenți a fost probabil atinsă nu demult, când deținuții unei închisori din California și-au deschis propria expoziție, calificată de oficialități drept „cea mai mare – și poate cea mai bună – prezentare de creație artistică în detenție".

Pe sub acest interes de masă pentru artele plastice se întinde o mișcare de amatori care, la fel ca mișcarea de amatori din muzică, și-a început lungul și puternicul efort după război și încă nu a atins apogeul. Asociația Națională de Comerț cu Materiale Artistice estimează că numărul pictorilor de duminică a crescut de la 30 de milioane, în 1950, la 40 de milioane, în 1960, dintre care probabil un milion urmează efectiv cursuri. Statisticile de acest gen sunt în mod inevitabil neconcludente, dar noua atitudine a publicului pe care o reflectă este incontestabilă. Anvergura și diversitatea mișcării de amatori e ilustrată prin ceea ce s-a întâmplat în 1957, când o tânără producătoare a propus ca postul T.V. de învățământ KQED din San Francisco să transmită o emisiune de o jumătate de oră despre pictura în penel japoneză. Întrucât era o emisiune cu caracter practic, producătoarei i-a venit ideea să vândă truse de pensule. Prin urmare, a cumpărat trei sute de seturi și le-a expus la sfârșitul emisiunii. „Sincer vă spun", relatează James Day, managerul general al postului de televiziune, „am fost sceptic. I-am spus că speram să fi făcut aranjamente pentru a înapoia toate seturile pe care n-avea să le vândă." Până la urmă, postul a vândut 14.000 de seturi cu trei dolari bucata, iar emisiunea, de-atunci și până acum, a fost cumpărată de alte cincizeci și trei de canale T.V. din toată țara.

Asemenea picturii, teatrul profesionist din America s-a restrâns, până la începutul actualului progres, într-o mică zonă din centrul Manhattanului. Azi, în pofida țipetelor de jale care se aud din birourile producătorilor de pe Broadway, teatrul american palpită de vitalitate. De la moartea vodevilului încoace, americanul de condiție medie nu a avut niciodată mai multe ocazii să se delecteze cu spectacole pe scenă. Simultan cu împuținarea din anii cincizeci a publicului montărilor scumpe de pe Broadway, chiar în vecini a apărut un nou teatru care nu numai că a lansat zeci de producători, regizori și actori talentați, ci a și prezentat națiunii operele unor dramaturgi moderni semnificativi pe care sălile de pe Broadway îi ignoraseră până nu demult. Desigur,

este vorba de teatrele off-Broadway, care de la o mână de case, în 1950, au ajuns să cuprindă în 1964 treizeci și două de săli de spectacol și care, conform lui Paul Libin de la Liga Producătorilor și a Teatrelor off-Broadway, încasează anual o sumă estimată la trei milioane de dolari, de la aproape un milion de spectatori. Succesul teatrelor off-Broadway a fost un factor încurajator pentru formarea trupelor teatrale profesioniste de foarte bună calitate, rezidente în orașe ca Minneapolis, Pittsburgh, Milwaukee, Houston, Washington și San Francisco.

Anii cincizeci au cunoscut organizarea a zeci de alte grupări profesioniste și sute de grupări semiprofesioniste și de amatori. Conform revistei *Variety*, în Statele Unite există actualmente circa 5000 de trupe teatrale neprofesioniste, plus un număr aproximativ egal de teatre studențești și încă 15.000 de trupe, poate, în cluburi, biserici și școli. Se estimează că 500.000 de spectacole de amatori însumează un public de circa 100.000.000 de spectatori pe an.

Creșterea interesului de masă pentru arte se reflectă și în structura și programarea mijloacelor de informare. La sfârșitul anilor patruzeci, existau cam o duzină de cinematografe de artă – dintre care jumătate în New York – care proiectau cu regularitate așa-numite filme clasice, filme străine și scurt-metraje experimentale. De atunci, publicul acestora s-a înmulțit atât de mult încât astăzi acoperă un „circuit de artă" cu aproximativ 500 de săli. Unele filme importate pentru prezentarea în acest circuit au atras într-o asemenea măsură atenția publicului, încât au fost preluate pentru proiecție în peste 5.000 de cinematografe din zonele centrale și semicentrale ale orașelor. Calitatea filmelor prezentate în circuitul de artă este inegală și multe cinematografe de artă, dacă nu majoritatea, amestecă printre operele de valoare producții care în meserie sunt numite eufemistic „filme de exploatare" (citește „sexy"). Dar ascensiunea filmului de artă – în majoritate importat – este extrem de semnificativă, apărând într-un deceniu care a văzut scăderea de ansamblu a celor 60 de milioane de spectatori pe săptămână la 40 de milioane. Nu întâmplător, americanii plătesc anual o sumă estimată conservator la 125 de milioane de dolari pe bilete la aceste filme.

Schimbări similare se consemnează și în industria transmisiunilor. Observăm ascensiunea posturilor de radio pe unde medii, dedicate aproape integral difuzării de muzică clasică, discuții despre artă, literatură și subiecte înrudite. În prezent există peste 400 de posturi pe unde medii de acest gen, cu un public ascultător numeros și fidel. WFMT din Chicago, care nu ezită să difuzeze toate cele patru ore și jumătate ale operei „Parsifal" de Wagner fără pauze publicitare, a pătruns în 1958 pe lista „Top Ten" a posturilor de radio din Chicago, în conformitate cu proporția audienței. WFMT vinde 25.000 de abonamente la programul său lunar, pentru care ascultătorii cei mai devotați

plătesc 5 $ pe an pentru a afla când pot asculta interpretarea unei suite de Telemann sau o lectură din poezia lui T. S. Eliot. Televiziunea comercială, cândva descrisă de fostul președinte al FCC Newton Minow ca un „pustiu", a făcut doar câțiva pași foarte nesiguri în această direcție. Mai mult, numărul posturilor de televiziune educative este în creștere, iar dacă televiziunea cu plată va deveni o realitate și va supraviețui achitării abonamentelor în avans, ar putea să ofere genul de emisiuni specializate pe care posturile pe unde medii și cinematografele de artă le pun la dispoziția publicului lor.

Asemenea fapte nu fac decât să străbată tangențial suprafața scenei culturale. Nu fac decât să-i sugereze amplitudinea și forța. Totuși, se aude adeseori obiecția că statisticile nu înseamnă nimic în materie de artă. Poate că așa e. Poate că numerele nu ne spun mare lucru despre artă. Dar ne pot spune câte ceva despre societate. Iar arta, la urma urmei, este ceea ce se întâmplă între un artist și societatea din care face parte. Cei care neagă importanța unor astfel de fapte uită că schimbările cantitative au obiceiul de a deveni calitative. O creștere cantitativă a temperaturii schimbă starea calitativă a materiei. O mărire cantitativă în puterea de foc a armelor a modificat substanțial întregul sens al războiului și al supraviețuirii speciei.

August Heckscher, directorul *Twentieth Century Fund* și omul pe care Președintele Kennedy l-a ales pe post de Consultant Special pentru Arte, a declarat: „După ce se va fi spus totul pe tema prudenței și a discreditării, rămâne realitatea că numerele *sunt* importante. Astăzi, Statele Unite se află în toiul unei vaste expansiuni cantitative a vieții lor culturale. Acolo unde se întâmplă atât de multe, cel puțin o parte dintre acestea trebuie să fie de bine." Nu urmărim să argumentăm că aceste schimbări cantitative ne-au transformat peste noapte într-o „națiune cultă" – ce-o mai fi însemnând și această abstracție cu sclipici. Nu vrem să spunem decât că s-a întâmplat ceva, ceva de-a dreptul revoluționar.

Ceea ce reprezintă acest ceva nu sunt numai bani, ci și o masivă investiție de timp, energie și emoție. Milioane de americani, în calitate de consumatori și participanți, sute de mii în calitate de membri și muncitori voluntari, aduc o părticică din viața lor nu doar în căutarea satisfacției estetice, ci și în construirea și călăuzirea instituțiilor necesare pentru a produce și a distribui cultura în America. A-ți declara interesul față de artă nu mai înseamnă să te transformi într-un proscris. Ba chiar, în multe cercuri, reprezintă un pașaport către distincție. Omul de afaceri incult din zilele noastre, care îl zeflemisește pe „James J. Shakespeare", simte în același timp un junghi de vinovăție. Și, dimpotrivă, pentru prima oară în istoria noastră, milioane de indivizi trăiesc – fără vinovăție – unele dintre rafinatele plăceri ale muzicii, dansului, teatrului, picturii și

sculpturii de valoare. Căci artele au fost eliberate din temnița lor și aduse la lumina soarelui. În cadrul acestui proces, și-au pierdut întrucâtva charisma. Acum par să fie mai puțin nedumeritoare, mai puțin „speciale“, mai puțin exilate decât în trecut. Se află, cum ar veni vorba, pe raftul supermarketului, și ce ar putea fi mai firesc de-atât?

În prezent, cultura este pentru mulți oameni o problemă absolut cotidiană, capabilă să aducă bucurii intense, dar fără a mai provoca uimire. Poate că s-a pierdut ceva cu acest prilej, un oarecare sentiment al maiestății din împlinirea operei de artă cu adevărat mare. Totuși, această pierdere, dacă s-a produs într-adevăr, nu este neapărat permanentă, și avem destule motive să fim optimiști. Ne preocupăm să eliberăm artele din societatea noastră de dependența lor de un partizanat restrâns, gen cult. Ne convertim, altfel, spus, de la cult la cultură.

3

Consumatorii de cultură

„Poeții nu scriu numai pentru poeți, ci pentru oameni“, a declarat Wordsworth. Dar pentru ce fel de oameni? Maori? Edwardieni? Hamali din Hoboken? Pe tot parcursul istoriei, artiștii au fost influențați, în mod conștient sau inconștient, de caracterul auditoriului pentru operele lor. Nu numai conținutul, ci și forma artelor, reflectă, cel puțin în parte, audiența culturală a epocii. Cu siguranță, genul de străfulgerare care se produce între o operă de artă și receptorul ei este con-diționat de caracterul receptorului sau al „consumatorului“. Un public de papuași care ascultă „Variațiunile Goldberg“ de Bach pentru prima oară trebuie că trăiesc în mod clar o stare cu totul diferită decât aceea a unei săli pline numai de studenți la Juilliard. Dacă ne preocupă impactul exploziei culturale asupra artei și a artistului – sau, dimpotrivă, impactul artei sau al artistului asupra audienței – trebuie să ne punem o singură întrebare centrală: cine este consumatorul de cultură? Cine sunt acele milioane de persoane care, spre nemulțumirea elitiștilor, se îmbulzesc acum în muzeele, sălile de concert și teatrele noastre?

În America, cultura nu a fost niciodată atât de strict monopolizată de un grup restrâns ca în țările care au avut o moștenire feudală. Totuși, publicul general pentru artele frumoase a fost atât de puțin numeros, relativ la proporțiile populației, încât s-a creat un monopol din lipsă. Mai mult, acest mic public nu reprezenta nici pe departe o secțiune transversală a societății ca întreg. Nu există nici o bază științifică pentru a analiza publicul consumator de cultură din urmă cu o generație, două. Totuși, se pot identifica trei componente principale ale publicului. Au existat, mai întâi, bogătașii de orientare europeană. Apoi, au urmat intelectualii înstrăinați, adesea de o înverșunată atitudine critică la adresa a ceea ce ei considerau a fi o societate de un materialism cras, urmați de artiști și posibili artiști, o parte mică dar importantă a totalului. De asemenea, dacă e să dăm crezare relatărilor contemporane, publicul era preponderent feminin. În mod tradițional, femeia era răspunzătoare de a aduce cultura în cămin. În sfârșit, audiența era în proporție covârșitoare adultă. Compoziția publicului cultural se modifica, desigur, de la un moment la altul

și dintr-un loc în altul. În genere, însă, audienței îi lipsea reprezentarea substanțială a marii clase de mijloc din America, precum și a maselor de muncitori și agricultori.

Recenta creștere a audienței artistice de masă a schimbat în mod dramatic toate aceste lucruri. Milioane de americani au fost atrași spre arte, modificând profund componența publicului. Această schimbare a fost lăudată și acuzată ca „democratizare“ a artelor. Într-adevăr, s-a făcut un pas important spre democratizare. Totuși, ne-am amăgi amarnic dacă am trage concluzia pripită că toți americanii de azi participă în egală măsură la boom-ul culturii. Publicul cultural actual însă nu constituie sub nici o formă o secțiune elocventă a populației totale. Este mult mai reprezentativ decât auditoriul artelor din trecut, dar există sectoare extrem de mari ale populației americane care rămân neatinse de noul val de interes față de arte. Prin urmare, este important să determinăm, pe cât de bine putem, până unde a ajuns procesul de democratizare și unde, în toate sensurile practice, se oprește. În acest scop, trebuie să schițăm, cum s-ar spune, un portret al consumatorului de cultură.

Nu e deloc ușor. Cercetările asupra consumului ne-au putut spune ani de zile, în năucitoare amănunțime, cum se prezintă americanul mediu care cumpără automobile sau întrebuințează săpunuri, cât câștigă, câte căzi de baie, televizoare sau diplome de studii are și unde îi cresc negii. Nu există nici o bancă de date comparabilă despre consumatorul de cultură. Cu toate acestea, în ultimii câțiva ani s-au luat câteva măsuri incipiente pentru a acumula date despre audiența artistică. Cercetătorii pieței înșiși au început să manifeste interes față de consumatorul de cultură. Reunind statisticile fragmentare care le stăteau la dispoziție, încercând câteva deducții inteligente și apelând la rapoartele impresioniste ale unor observatori amplasați judicios, putem începe să schițăm contururile portretului.

Prima problemă ține de definiție. Nu s-a convenit cu privire la ce anume este o persoană realmente cultă. Și niciodată nu s-a ajuns la nici un asemenea acord. Totuși, e mai ușor să vorbim despre un consumator de cultură. Prin urmare, să spunem în mod arbitrar că, în scopurile urmărite aici, consumatorul de cultură este o persoană care ascultă muzică clasică sau asistă la concerte, spectacole de teatru și de operă, recitaluri de balet sau filme de artă, vizitează muzee și galerii, sau ale cărei lecturi reflectă un interes față de artă. De asemenea, să-i includem prin definiție pe toți aceia care participă, fie ca profesioniști fie ca amatori, în ceea ce putem numi cu larghețe activități artistice – de exemplu, pictorii (atât de duminică, cât și din fiecare zi a săptămânii), actorii, dansatorii, muzicienii etc. Să cuprindem totodată și milioanele de copii care „consumă“ lecții de muzică sau arte acasă ori în școală. Este evident că o asemenea definiție e rudimentară și aproximativă. Rămâne plină

de întrebări fără răspuns. Dar tot e mai bine decât nimic. Ne permite să începem.

În orice discuție despre audiența artelor în America, întrebarea inițială trebuie să se refere la cantitate. Cât de mare e masa de oameni implicată? Cu ce cifre putem porni, ca bază pe care să construim în continuare? Știm, grație cercetătorilor pieței, că în orice săptămână de categorie medie circa 3.500.000 de indivizi ascultă emisiuni de muzică clasică numai la posturile rețelei Market One. Avem, de bine de rău, estimația revistei *Variety* că participarea la reprezentațiile teatrelor de amatori se plasează în jurul cifrei de 100 de milioane pe an. Cât de des asistă fiecare individ? Puține companii de amatori montează mai mult de o jumătate de duzină de producții pe an, iar dacă presupunem că fiecare persoană a asistat la toate cele șase din comunitatea sa (o ipoteză improbabilă), am ajunge la o cifră minimă de 16-17 milioane de indivizi. Similar, dacă pornim de la faptul că muzeele americane au înregistrat în 1962 o cifră totală de vizitare aflată între 200 și 250 de milioane, putem încerca o extrapolare aproximativă de același gen. Nimeni nu știe care a fost frecvența medie de vizitare, dar dacă presupunem, suficient de rezonabil, că vizitatorul de muzee mediu nu a făcut-o decât de patru ori pe an, ajungem la un total de cel puțin 50 de milioane de indivizi care au pus piciorul într-un muzeu.

Să reducem arbitrar acest număr la jumătate, având în vedere proporția muzeelor dedicate altor subiecte decât arta. Să luăm în calcul estimația că 35,5 milioane de americani cântă la instrumente muzicale și aproximativ 40 de milioane din când în când mai dau cu penelul pe pânză. Să le acordăm un factor și celor care cumpără discuri sau văd filme de artă și care altminteri nu sunt incluși în numărătoarea de mai sus. Efectuând arabescuri statistice similare și cu celelalte cifre de participare, lăsând o mare marjă de eroare și confruntându-le cu câștigurile materiale și taxele de învățământ care, după cum vom vedea, sunt importante în orice studiu al audienței artistice, ajungem la concluzia recunoscut neștiințifică, dar totuși verosimilă, că în cadrul populației totale de 185 de milioane a Statelor Unite există un subgrup de 30-45 milioane de indivizi care se încadrează în definiția aproximativă stabilită mai sus.

Această cifră de 30-45 de milioane de indivizi va provoca, neîndoielnic, un val de indignare din partea multora. Sună ridicol de mare. Ar părea însă altfel, dacă ținem seama de două amănunte. În primul rând, când i-am numit pe acești oameni *consumatori* de cultură, trebuie să reținem că o mare parte din cultura consumată este gratuită. Majoritatea muzeelor, de exemplu, au intrarea liberă. Lecțiile de muzică și arte se predau fără plată în multe comunități, nu numai copiilor ci și adulților. Numeroase concerte sunt deschise publicului fără bilete, precum și unele piese de teatru, recitaluri de dans și alte

manifestări similare. În al doilea rând, trebuie să reținem ce anume nu exprimă această cifră. Categoric, nu înseamnă că există atât de mulți „americani culți". În interiorul acestei vaste mulțimi se găsesc unii oameni pentru care arta este, într-adevăr, un mod de viață. Dar copleșitoarea majoritate, putem presupune cu deplină siguranță, nu se interesează decât în treacăt de o artă sau alta. În ansamblu, dacă deducția noastră aproximativă e corectă – chiar cu plus-minus câteva milioane – ea oferă un indiciu despre locul artelor în geografia vieții americane. Ne spune că, deși activitatea culturală, în sensul cel mai larg al cuvântului, nu este îmbrățișată de o majoritate a americanilor, totuși ea face parte (fie și, eventual, o parte restrânsă) din viața unei foarte substanțiale minorități.

Prin urmare, în termenii simpli de masă, avem dreptate să spunem că s-a produs o democratizare. Un atât de mare număr de oameni nu mai definește un simplu cult. Dacă cifrele sunt absolut corecte, ele înseamnă că, pretutindeni, un american din șase și unul din patru e implicat într-un fel sau altul, în ceea ce am putea numi industria culturii. Este un grad de difuzare pe care puține societăți, din trecut sau din prezent, îl pot egala.

Înainte de a merge mai departe, însă, ca să determinăm în ce măsură aceste mase de oameni sunt reprezentative pentru totalul populației, trebuie să știm mai multe despre ele. Din fericire, chiar și cu foarte puținele date disponibile, putem începe să tragem anumite concluzii. De exemplu, putem spune cu destulă certitudine că, de la sfârșitul celui de-Al Doilea Război Mondial, a avut loc o acută creștere a proporției bărbaților în publicul cultural. În perioada antebelică, tații trebuia să fie aduși cu de-a sila la concerte. Astăzi, însă, o vizită la sala de concerte, la muzeu sau la teatru, va dezvălui o proporție mai mult sau mai puțin egală între bărbați și femei. Un sondaj efectuat în 1955 de către Orchestra Simfonică din Minneapolis a arătat deja că 42 la sută din spectatori sunt bărbați. Dintre cititorii revistei *American Artist*, publicație destinată pictorilor amatori, 40 la sută sunt de sex masculin. Iar un studiu recent al publicului de la Teatrul Tyrone Guthrie din Minneapolis reflectă cam aceeași repartizare: 55 la sută femei, 45 la sută bărbați. Pe Broadway, unde asistarea la spectacole se desfășoară uneori sub titulatura divertismentului profesional, spectatorii sunt în majoritate bărbați. Un sondaj aplicat de Thomas Gale Moore, de la Institutul de Tehnologie Carnegie, spectatorilor de la opt spectacole de pe Broadway, a obținut o proporție de 63 la sută bărbați și 37 la sută femei. Vechiul stereotip „Maggie și Jiggs" al soțului adus cu arcanul la teatru a devenit anacronic. Bărbatul american nu mai e considerat „fătălău" dacă trădează un interes față de arte. Ce anume va însemna finalmente această mutație numerică în termenii reacției psihologice a audienței, ai genului de manifestări preferate, ai gusturilor pentru culori, sunete sau forme, ai

aprecierii sau lipsei de apreciere pentru calități ca subtilitate – toate acestea rămân de descoperit. Dar e clar că a avut loc o schimbare frapantă.

Acest transfer spre participarea masculină crescută pe piața culturală a fost însoțit, cred, de o scădere în vârsta medie a consumatorilor de cultură. În această privință, datele sunt mai fragmentare și, neîndoielnic, impresioniste. Dar un număr surprinzător de administratori profesioniști ai artelor, care au ocazia să observe cu ochii lor spectatorii, declară că sunt izbiți de prezența tinerilor în mijlocul acestora. Alfred Barr, directorul colecțiilor de la Muzeul de Artă Modernă, a remarcat că, în tinerețe, „nu cunoșteam nici o fată de la Vassar, și numai una de la Smith, care să viziteze o galerie. Și e posibil“, adaugă el complice, „să fi venit numai fiindcă o frecventam și eu.“ Astăzi, continuă dl. Bar, „vizitarea galeriilor împreună cu fiica mea este o experiență îmbucurătoare și amuzantă. Întâlnește prieteni și e salutată de aceștia. Se cunosc din adolescență. Acum au trecut de douăzeci de ani.“

Impresia personală a lui Barr este susținută de cea a lui Perry T. Rathbone, directorul Muzeului de Arte Frumoase din Boston, care spune că muzeul său atrage acum mai mulți oameni cu vârste cuprinse între douăzeci și patruzeci de ani decât în trecut. În Richmond, Leslie Cheek, directorul Muzeului de Arte Frumoase din Virginia, atrage atenția asupra numărului crescând de „tineri căsătoriți“ pe lista membrilor. El a propus ca, după ce o tânără pereche se instalează și i se naște primul copil, să viziteze muzeul ca un mod relativ ieftin și totuși satisfăcător de a-și petrece timpul liber.

În mod similar, Harry Abrams, reputat editor de cărți pe teme artistice, urmărind piața, conchide că cea mai mare parte a acesteia e acoperită de clienți din categoria de vârstă cuprinsă între douăzeci și cinci și patruzeci și cinci de ani, o grupare despre care el spune că e deosebit de sensibilă la noile tendințe.

În muzică, sondajul orchestrei din Minneapolis a demonstrat că 54 la sută din spectatori aveau cel mult treizeci și cinci de ani, iar când un reporter le-a cerut managerilor câtorva trupe de operă din regiunea orașului Boston să-și descrie spectatorii, și acești au pus accentul pe categoria tânără, a oamenilor de maximum 40 de ani. Au comentat despre prezența unui mare număr de studenți ieșind în cupluri. Și mai semnificativă este estimația lui Bryan Halliday, de la Janus Films, principală casă distribuitoare a filmelor de artă, că până la 90 la sută din spectatorii filmelor străine de artă au sub patruzeci de ani.

Nu prea putem fi dogmatici în privința probelor, dar s-ar părea că tinerii ocupă în publicul artistic al zilelor noastre un loc mai important decât oricând în trecut. Acest lucru nu ar trebui să ne surprindă. Vârsta medie a populației americane în ansamblu coboară vertiginos. S-a estimat că, prin 1966, nu mai puțin de 50 la sută din întreaga populație a țării va consta din tineri sub

douăzeci și cinci de ani. Acest fapt, desigur, e uluitor în sine. Totuși, implicațiile sale asupra artei rămân de explorat. Vor fi imense. Întrebați orice actor sau cântăreț dacă simte sau nu o diferență când interpretează în fața tinerilor. Răspunsul va fi „da". Tinerețea crescândă a consumatorului de cultură va afecta profund programările. Pe de o parte, cu cât sunt spectatorii mai tineri, cu atât au șanse să fie mai receptivi la orice forme de inovații și experimente.

Prin urmare, în termenii sexului și ai vârstei, se poate spune că publicul cultural a devenit mai autentic reprezentativ decât oricând pentru populația totală. Când începem să examinăm caracteristicile economice și educaționale ale audienței artistice, observăm cât de mult a avansat procesul de democratizare, precum și cât de departe de a se fi desăvârșit este. Înainte de Al Doilea Război Mondial, încă mai era posibil ca publicul cultural să fie definit drept o elită. În majoritatea comunităților, și mai ales în cele mici, nucleul său consta din păturile superioare ale populației, bogate, vârstnice și conservatoare. Astăzi, zona s-a transferat categoric și iremediabil în jos. Dar nu complet. Ceea ce s-a mai întâmplat este ascensiunea unei noi clase importante pentru arte: „clasa confortabilă".

În 1947, numai 30 la sută din familiile americane și indivizii fără rude aveau un venit echivalent cu 6.000 $ sau mai mult, la valoarea banilor din 1962. În 1962, după numai cincisprezece ani, nu mai putin de 48 la sută se înscriau în categoria de 6.000 $ sau mai mult, iar o familie din cinci câștiga peste 10.000 $ pe an. Acest fapt statistic a determinat schimbări dramatice în structura societății americane. În scopurile urmărite aici, nu este suficient să ne referim doar la dezvoltarea „clasei mijlocii" sau, cum se exprimă David Riesman, a „milioanelor mijlocii". Căci „mijlociul" înseamnă că o parte din grup câștigă mai mult, iar altă parte câștigă mai puțin decât venitul mediu al națiunii. Dar venitul mediu al națiunii, în 1962, se situa sub 6.000 $. Astfel, grupul la care ne referim aici se plasa, prin definiție, deasupra normei naționale de venit. Ar trebui să fie denumit „jumătatea superioară" – sau, mai tradițional, „mijlocul superior". Totuși, amândoi termenii sunt nesatisfăcători, fiindcă se concentrează strict asupra caracteristicilor economice ale grupului. Termenul de „clasă confortabilă" e mai adecvat. Sugerează nu numai ceva despre starea economică a grupului, ci și despre perspectivele sale psihologice.

Există un anumit punct de câștig, diferit în fiecare comunitate dar plasat undeva între 6.000 $ și 10.000 $, dincolo de care o familie nu mai trebuie să se preocupe exclusiv de necesitățile „esențiale". Altfel spus, începe să se orienteze spre confort, își abate atenția, dinspre cantitate, către calitate. Prinde să se îndrepte spre luxuri minore. Începe să se preocupe de „aspectele mai plăcute ale vieții" – cu referire, foarte adesea, la valori non-materiale. Clasa confortabilă nu este aceeași cu cea propriu-zis bogată. Nu reprezintă nici

gruparea săracă sau cu venituri medii. Se situează la jumătatea distanței dintre mijloc și bogăție. Este agresivă. Urcă pe scara socială. Orizonturile sale se lărgesc cu fiecare zi, atât pe plan economic cât și psihologic. O interesează confortul, împlinirea, frumusețea, nu numai necesitatea. Ultimul deceniu si jumătate a cunoscut o creștere explozivă a numărului de familii din această categorie, o surprinzătoare răspândire a noilor atitudini ale respectivei „clase confortabile". Iar din acest mediu se revendică noul public cultural. Cei bogați, desigur, continuă să existe alături de noi. Continuă să aibă tablouri de valoare și să audieze concerte. Numeric, însă, ei formează o parte relativ mică din publicul total. Consumatorul de cultură este, cel mai des, membru al clasei confortabile.

Ce dovezi susțin această afirmație? Să începem cu veniturile. Între lunile octombrie, 1960, și octombrie, 1961, *Playbill*, o publicație distribuită spectatorilor teatrelor de pe Broadway, a efectuat un sondaj al publicului la 368 de reprezentații diferite de pe Broadway. Concluzia a fost că venitul mediu pe familie al spectatorilor de teatru era de 10,032 $. În timpul anului 1961, *Bravo*, o publicație comparabilă care se distribuie spectatorilor la concerte subvenționate din toată țara, i-a sondat pe amatorii de concerte din optzeci și unu de orașe. Venitul mediu pe familie a reieșit ca fiind de 10.419 $.

Alte date cuprinzătoare asupra câștigurilor consumatorilor de cultură se mai găsesc numai în studiile de lectură desfășurate de revistele ale căror cititori pot fi înscriși în categoria consumatorilor de cultură. *Theatre Arts*, de exemplu, susține că cititorii săi au un venit mediu de 15.000 $. *The Saturday Review*, ai cărei cititori pot fi presupuși ca fiind interesați de literatură și muzică, declară un venit mediu al cititorilor de 13.90 $. *Show*, care se autointitulează „Revista artelor", raportează o medie de 13.049 $. Pentru *Dance*, principala revistă în domeniu, cifra se situează între 9.000 $ și 10.000 $. Iar cititorii revistei *American Artist* câștigă în medie 9.910 $.

Să acceptăm o marjă decentă de eroare sau inflație: să convenim că aceste sondaje se bazează pe întrebări adresate în momente diferite, în locuri și circumstanțe diferite, și cu diverse grade de competență și responsabilitate științifică. Ținând seama de toate acestea, gradul de concurență continuă să rămână remarcabil.

Într-o țară unde câștigul național mediu se află între 5.000 $ și 6.000 $, cel mai scăzut venit mediu al publicului cultural se cifrează în jurul sumei de 9.000 $. Lăsând loc pentru eroare, constatăm totuși că consumatorul de cultură tipic stă mult deasupra normei naționale de câștig. Sociologii și economiștii ne spun că modelul societății americane nu mai este comparabil cu o piramidă având la bază familiile cu venit redus, la mijloc un grup cu câștiguri medii și, în vârf, o puțin numeroasă aristocrație. Dacă așa stau lucrurile, atunci

consumatorul de cultură face parte în mod clar din acel trapezoid care se află chiar deasupra mulțimii centrale.

Consumatorul nostru de cultură, vom descoperi fără surprindere, este de asemenea mult mai instruit decât omul de pe stradă. S-ar putea să nu fi terminat facultatea, dar sunt toate șansele ca aproximativ patru din cinci, sau capul familiei, să fi avut cel puțin unele contacte cu studiile superioare. Studiul revistei *Bravo* în sălile de concerte și sondajul Guthrie asupra publicului de teatru au constatat amândouă că între 80 și 83 la sută din spectatori urmaseră colegiul sau făceau parte din familii conduse de o persoană care studiase la colegiu. Numai audiența de pe Broadway, din *Playbill*, era întrucâtva diferită. Sondajul acestei reviste a constatat că 66 la sută din total avea colegiul la bază. Încă o dată, cu excepția rezultatelor din *Playbill*, întâlnim o corespondență remarcabilă. Chiar acceptând cifrele din *Playbill*, greutatea dovezilor este copleșitoare.

Aceasta nu înseamnă că în țara noastră nu există și unii cizmari italieni fără studii care nutresc o pasiune pentru operă, sau săpători de șanțuri echipați în salopete de doc, cu apetit pentru expresionismul abstract. Ceea ce înseamnă că aceștia formează o infimă parte din totalul publicului cultural. Consumatorul de cultură este, după standardele americane, o persoană educată. De fapt, există dovezi că studiile sunt cel mai important indicator despre statutul cultural al unei persoane, mai important chiar decât câștigul. Pe scurt, un om instruit și fără bani are mai mari șanse să fie consumator de cultură decât un bogătaș fără școală. Acestea, însă, sunt cazuri extreme. De cele mai multe ori, învățătura și câștigul merg mână în mână.

Dacă analizăm publicul consumator de cultură conform ocupațiilor, găsim noi dovezi care confirmă ipoteza. Astfel, descoperim că familiile în care șeful poate fi numit intelectual, sau salariat în sectorul tehnic, formează o parte extrem de disproporționată a publicului cultural. În aprilie, 1962, Departamentul Muncii din S.U.A. a constatat că, dintre toate persoanele angajate, numai 12,8 la sută se înscriu în categoria numită „intelectuali, tehnicieni sau profesioniști din domenii înrudite". Fiecare dintre studiile asupra audienței artistice folosește o categorie oarecum aparte. Dar marea pondere a persoanelor din domeniul tehnic-intelectual rămâne remarcabilă pe toată aria. În sondajul Guthrie și cel al filarmonicii din Minneapolis, precum și în studiul revistei *Bravo*, corelația apare în cadrul a doar câteva puncte procentuale. Toate trei anunță că între 32 și 35 la sută din spectatorii lor intră în categoria intelectuală sau tehnică.

Cea mai interesantă descoperire o prezintă studiul revistei *Bravo* asupra publicului din sălile de concerte, care a întrebat nu numai care este ocupația spectatorului, ci și aceea a capului familiei. Astfel, studenții sau casnicele au

fost rugați să declare profesiunea celui care întreține familia. Sondajul a constatat că 43,6 la sută din totalul familiilor în cauză erau conduse de intelectuali. În continuare, a prezentat proporțiile:

Învățământ (Profesori, învățători, administratori de școală)	13,1%
Știință (Ingineri, chimiști, arhitecți, matematicieni etc.)	10,8%
Medicină(Doctori, tehnicieni dentari, farmaciști etc.)	7,3%
Avocați, magistrați	2,1%
Contabili, economiști	1,9%
Altele(Inclusiv: clerici, artiști, bibliotecari, surori medicale, tehnicieni medicali, redactori etc.)	8,4%
	43,6%

Dacă intelectualii și familiile lor alcătuiesc cel mai mare bloc unitar ocupațional din public, lor le urmează cei care ar putea fi numiți cu larghețe oamenii de afaceri și cadrele de conducere, cu familiile lor. Unele studii se rezumă să arunce la un loc categoriile intelectuale cu cele din domeniul afacerilor. Astfel, studiul din *Playbill* afirmă că 57,1 la sută din spectatorii teatrelor de pe Broadway fac parte din familii conduse de un membru al clasei intelectuale-directoriale-afaceriste.

Trebuie să subliniem din nou că aceste studii sunt în cel mai bun caz fragmentare și, din păcate, nu sunt direct compatibile între ele. În consecință, cifrele nu trebuie să fie luate la modul literal. Ele, însă, par să indice corect ordinele de magnitudine relative și se însumează spre constatarea că publicul cultural constituie o secțiune selectivă, nu reprezentativă, prin populația S.U.A., cu componenta intelectual-tehnică jucând un rol central.

De asemenea, și pe plan etnic, există probe că audiența culturală este încă departe de a oglindi adecvat societatea. De exemplu, deși nu există nici un fel de date statistice care să încerce măcar să analizeze fondul rasial sau religios al publicului de artă, convorbirile cu directori de galerii, manageri de orchestre și alți administratori artistici din numeroase orașe ne duc la concluzia că publicul cultural conține un număr de evrei aproape disproporționat de mare. Evreii, desigur, au ocupat întotdeauna un loc proeminent ca artiști. (Să numărăm, de exemplu, câți evrei fac parte dintre cei mai buni violoniști ai lumii.) Dar, poate cu excepția orașului New York, a cărui populație evreiască e foarte numeroasă, până în ultimii ani comunitatea evreiască nu a fost, probabil, reprezentată disproporționat în audiența culturală. Declinul antisemitismului în societate și procesul general de democratizare culturală pe care l-am

descris, alături de accelerarea asimilării printre evrei, s-ar părea că se reflectă acum în consumul crescut de cultură din partea evreilor americani.

Rectorul unei universități din California, discutând despre creșterea nivelului de activități culturale în Los Angeles, citează înmulțirea populației evreiești locale ca agent cauzator. Un director de muzeu din San Antonio afirmă: „Marea majoritate a colecționarilor de la noi sunt evrei.“ În Dallas, artele atrag un sprijin considerabil din partea comunității evreiești. Orașul Detroit, după cum vom vedea mai târziu, a cunoscut după război o foarte perceptibilă schimbare a gradului de implicare evreiască în viața culturală obștească. Evreii americani au îmbrățișat cu atâta entuziasm explozia culturală, încât unii lideri ai comunității iudaice au început să se plângă că acest interes față de arte le deturnează banii și atenția dinspre scopuri mai tradiționale.

Sam Freeman, director al Comitetului Național pentru Asistența Socială a Evreilor, a fost citat ca spunând că „activitățile [comunității] evreiești tind să fie umbrite de enorma atracție a activităților creatoare din comunitatea generală.“ Iar *The Reconstructionist*, o revistă evreiască, se plânge, poate cam melodramatic, că „în timp ce sălile publice de concerte și conferințe afișează la multe programe «numai locuri în picioare», (...) [centrele comunității] evreiești, chiar și cele mai noi și mai complexe, sunt de obicei învăluite în întuneric.“

Mai există și o altă caracteristică distinctivă la consumatorul de cultură care merită să fie reținută: mobilitatea sa relativ mare. Clasa pe care am descris-o tinde, în general, să călătorească mai mult, să se mute mai des cu locuința, să urce și să coboare pe scara socială mai rapid decât majoritatea americanilor. Mulți dintre tinerii directori, intelectuali și tehnicieni care, împreună cu familiile lor, alcătuiesc coloana vertebrală a publicului cultural, sunt de fapt muncitori migratori ai zilelor noastre, transplantați dintr-o comunitate în alta de către patronii lor de corporație. Mulți dintre cei care provin din orașe mai mari se pomenesc dintr-o dată în orașe mici, cu resurse culturale limitate sau subdezvoltate. Noii-sosiți, care nu rareori vin în masă, se înscriu prompt în organizațiile artistice existente, se angajează în activități culturale și ajută la formarea publicului. O excelentă ilustrare a acestui proces se găsește în Winston-Salem, North Carolina, unde Western Electric a deschis o centrală nouă după Al Doilea Război Mondial. Noua uzină a adus cu sine un mare număr de intelectuali, tehnicieni și funcționari. În 1960, un sondaj a descoperit că șaptezeci la sută din toate numele de pe listele de corespondență ale principalelor organizații artistice din oraș le aparțineau salariaților de la Western Electric și rudelor acestora.

Dacă aceste observații sunt în genere corecte, atunci putem începe să rezumăm semnele distinctive ale noului public cultural: este tânăr; e împărțit aproape egal între sexe; are o situație financiară confortabilă; este instruit;

conține o mare proporție de familii de intelectuali, tehnicieni sau directori; prezintă un grad perceptibil de participare evreiască; și este relativ mobil.

Acest sumar, prin inducție, ne spune și cine nu face parte din publicul cultural. Astfel, fiecare sondaj efectuat până acum ajunge la concluzia că funcționarii și lucrătorii din sfera serviciilor, de exemplu, formează doar o minusculă parte din total. În pofida progreselor democratizării, rămâne faptul că marea masă de muncitori și agricultori americani nu participă la boom-ul cultural. Studiul din 1955 al Orchestrei Simfonice din Minneapolis a demonstrat că, din spectatorii prezenți în seara sondajului, doar doi la sută puteau fi considerați muncitori. Șapte ani mai târziu, studiul Guthrie din același oraș a prezentat doar 3,1 la sută din categoria care include „meșteșugari, maiștri, muncitori, agricultori etc., plus șomeri". E clar că avem de-a face cu o generalizare. Măsura în care muncitorii și familiile lor fac parte din public variază în funcție de factori ca: prețul biletelor, complexitatea materialului prezentat, cantitatea de reclame în mass media sau de publicitate asociată manifestării, tradițiile sociale ale comunității, postura organizației sau instituției artistice în sine față de public și în mod concret față de grupurile cu un nivel material scăzut. Evident, diferă și de la un domeniu artistic la altul. Cu toate acestea, nu încape nici o îndoială că muncitorul și familia lui sunt drastic subreprezentați în totalul publicului cultural.

De asemenea, așa cum ne-am putea aștepta pe baza acestor rezultate, numărul de negri din audiența culturală e infinitezimal. Chestiunea componenței rasiale a publicului de cultură se complică și mai mult prin continua practică a segregării în numeroase teatre, săli de concerte și alte instituții artistice. Echitatea Actorilor, sindicatul teatral, și-a instruit membrii să refuze angajarea negrilor în teatrele segregate. Dar această politică nu e în nici un caz etanșă și există mulți actori și actrițe care nu aparțin Echității. Nu demult, în domeniul muzical, când pianistul Gary Graffman a refuzat să cânte într-o sală segregată din Jackson, Mississippi, pianistul german Hans Richter-Haaser a ieșit în față pentru a se achita în locul lui de angajament, comentând că „în calitate de străin" nu vedea nici o legătură între muzică și problema rasială. Ne surprinde o concepție despre muzică în care se exclude orice considerent cu privire la cei ce fac parte din public. Totuși, rămâne faptul că nici chiar acolo unde politicile de segregație rasială nu îi resping pe negri, ba chiar și în locurile unde sunt chemați activ, aceștia nu formează decât o mică parte din public.

În Detroit, unde s-a făcut un efort deosebit pentru a atrage muncitorii și negrii la o serie de evenimente artistice de anvergură orășenească, rezultatele au fost derizorii. La Waterloo, Iowa, unde centrul comunitar de artă are sprijin municipal și se găsește în centrul cartierului negrilor, doar o mână de negri

activează în cadrul lui. Desigur, în unele orașe, ca Winston-Salem, negrii au propriul lor teatru de amatori, cursuri de artă și altele asemenea. Multe colegii ale negrilor desfășoară activ programe culturale, iar apariția lui Leontyne Price într-o sală de concert atrage participarea masivă a negrilor. Cu toate acestea, persistă foarte multe indicii că, sub aspect procentual, boom-ul culturii rămâne în mare măsură un domeniu al albilor.

Consumatorul de cultură, făcând parte din clasa confortabilă în rapidă evoluție, împărtășește alături de alții un stil de viață aparte. Unul dintre oamenii care au depus eforturi considerabile pentru a studia acest stil de viață este un cercetător al pieței volubil și chel, numit Emanuel Demby, președinte al Motivational Programmers, Inc. Demby lucrează pentru multe dintre cele mai importante fabrici, edituri și posturi de radio și televiziune din țară. În cadrul acestui proces, el a compilat o așa-numită bancă de date pentru cercetări despre gusturile și idiosincrasiile acelei secțiuni precise a populației din care se revendică într-o atât de largă măsură publicul cultural. Afirmându-și cu rezerve propriile remarci din cauza definiției prea largi a consumatorului de cultură și pentru că atât de multe statistici judicioase sunt pur și simplu inexistente, Demby începe totuși să completeze portretul consumatorului de cultură cu detalii pe care trebuie să le considerăm speculative, deși provocatoare.

„Dacă priviți în locuința consumatorului de cultură“, spune el, „veți găsi aproape cu siguranță un anumit gen de echipamente pentru reproduceri muzicale – un magnetofon sau un pick-up. Între 70 și 95 la sută din familiile în cauză au asemenea aparate. E evident că simpla posesie a unui fonograf sau a unui magnetofon nu transformă omul în consumator de cultură. Dar aproape toți consumatorii de cultură le au în proporție mult mai mare decât publicul general.“ Prin contrast, afirmă Demby, consumatorii de cultură dețin probabil mai puține televizoare la suta de familii decât marele public.

Acum câțiva ani, membrii Corpului de Cercetare a Opiniei din Princeton, New Jersey, au efectuat un incitant studiu asupra celor pe care ei îi numeau *Creatorii de gusturi ai Americii*. Studiul nu era axat pe gustul estetic, ci pe gradul de acceptare al produselor noi. Pe scurt, dorea să afle care indivizi au mai mari șanse să fie primii din cartier care adoptă un nou articol de consum, astfel dând tonul printre vecini. A ajuns la concluzia că un înalt grad de mobilitate, măsurat pe șapte scări diferite[1], coincide cu receptivitatea la ideile sau produsele noi. Demby folosește termeni oarecum diferiți, dar este de acord cu deviza generală a teoriei creatorului de gusturi, spunând: „consumatorul de cultură are toate șansele să dețină în casa sa un mare număr de

1. Cele șapte scări măsoară mobilitatea în termenii geografiei, ai educației, ai economiei, ai relațiilor sociale, ai relațiilor de rudenie, ai ocupației și ai intelectului. (n.a.).

produse de uz curent chiar cu mulți ani, înainte ca folosirea lor să se generalizeze. În casa consumatorului de cultură veți găsi deschizătoare electrice de conserve, proiectoare automate de diapozitive, spălătoare electrice de vase și instalații de reciclare a gunoiului, mult mai des decât în afara acestui grup." Aceeași bunăvoință de a risca se observă în creșterea dispoziției de a folosi mijloacele de transport aeriene. Desigur, intervine și un important factor economic. Călătoria cu avionul e scumpă. Dar, în conformitate cu Demby, familiile din categoria consumatorilor de cultură au șanse de două ori mai mari de a zbura până la locul unde-și vor petrece vacanța decât familia americană în general. De asemenea, ele diferă radical de marele public și prin concepția lor despre ceea ce este o vacanță ideală. După părerea lui Demby, majoritatea americanilor, date fiind preferințele lor, își fac concediile în Hawaii. Dimpotrivă, consumatorul de cultură trece Europa în capul listei de preferințe.

Mobilitatea sugerează ceea ce s-ar putea numi „automobilitate". Consumatorii de cultură, afirmă Demby, cumpără mai multe mașini noi decât mașini uzate, câtă vreme pentru publicul general este valabil tocmai contrariul. Iar una din cinci mașini staționate în parcările sau garajele familiilor consumatoare de cultură are toate șansele să fie de fabricație străină. Consumatorii de cultură folosesc foarte des aceste mașini pentru a se deplasa la locuințele lor de vară pentru că, dacă Demby nu se înșală, nu mai puțin de una din patru familii din grupul respectiv are o a doua casă. De asemenea, mai mult de jumătate au cel puțin un mic portofoliu de acțiuni, obligațiuni sau părți de cont comun.

Achiziționând articole de uz casnic importante, consumatorul de cultură tinde să cumpere aceleași mărci ca majoritatea celorlalți americani – G.E., Kenmore (Sears), Westinghouse etc. – afirmă Demby. Dar când e vorba de mâncare și băutură, are toate șansele să încline spre sortimente de prima calitate. Astfel, continuă Demby, „Canadian Club este probabil marca sa favorită de whiskey; vodka preferată e Smirnoff; iar Old Grandad și Jack Daniels sunt primele dintre tipurile de bourbon. Mărcile de scotch sunt probabil Cutty Sark și Ballantines." Nu trebuie să presupunem că un consumator de cultură e abstinent. Gallup a constatat că intelectualii, directorii și funcționarii, luați la nivel de clasă, sunt băutori relativ mari. Consumatorii de cultură sunt și ei, conform lui Demby, la nivel de clasă. Acest lucru e valabil atât pentru bere, cât și pentru spirtoasele distilate. Cei care încă mai privesc berea ca pe un preparat plebeian s-ar putea să fie surprinși aflând că, cel puțin după spusele lui Demby, berea are toate șansele să se găsească în frigiderele a peste jumătate din totalul familiilor consumatoare de cultură. Marca lor favorită, afirmă el, este Budweiser.

O altă caracteristică a acestui grup este contactul său strâns cu

comunicațiile. Consumatorul de cultură, susține Demby cu oarecare certitudine, își petrece aproape o oră cu ziarul cotidian și o perioadă ceva mai lungă din fiecare zi citind o revistă. Ascultă radioul, poate atent doar pe jumătate, timp de circa o oră și un sfert. Dar dacă are un tuner pe unde medii, perioada de audiție radio se lungește apreciabil. Poate asculta aparatul pe frecvență medie timp de cel puțin o oră și jumătate numai seara, plus încă o oră și un sfert împărțită între dimineață și după-amiază. Consumatorul de cultură este, prin intermediul unui mijloc de informare sau al altuia, mai „acordat" cu lumea din jur decât omologul său non-consumator de cultură.

Faptul de a fi „acordat" implică mai mult decât receptivitatea pasivă. Implică o interacțiune activă cu lumea din jur. Aceasta ar părea a fi o caracteristică a publicului cultural – și mai ales al nucleului său esențial. Astfel, putem presupune că cititorii publicațiilor *Harper's* și *Atlantic* sunt de asemenea, în general, și membri ai audienței artistice. Această constatare este susținută nu numai de specificul celor două reviste preferate, care își dedică o considerabilă parte din conținutul editorial problemelor „culturale", ci și de către alte date despre ei, ca tendința accentuată de a cumpăra discuri clasice, tunere de frecvență medie și alte bunuri sugestive. În 1962, cele două reviste au încercat să afle nu prin ce anume diferă cititorii lor de marele public – acest lucru îl știau deja; sistemul era clar, așa cum a fost descris mai sus: venit mediu de peste 10.000 $; un extrem de mare procentaj de absolvenți ai învățământului superior, și așa mai departe – ci să determine în ce fel diferă cititorii lor de alte persoane din circumstanțe economice aproximativ similare. Astfel, au trimis chestionare la un număr de cititori selecționați și la vecinii acestora. Există vreun sistem care îi diferențiază pe cititorii revistelor *Harper's* și *Atlantic* de vecinii lor? S-au descoperit mai multe caracteristici distinctive. Dar una dintre cele mai interesante avea legătură tocmai cu chestiunea „activității". Imaginea populară a cititorului sau iubitorului de cultură prezintă o persoană sedentară, care petrece mult timp în casă. Adevărul a reieșit ca fiind tocmai contrariul. Astfel cititorii celor două reviste erau mult mai activi în problemele de comunitate, afaceri și cultură decât vecinii lor.

Sistemul era consecvent. Fie că făceau parte dintr-un club country sau dintr-un club de golf, dintr-o organizație a Crucii Roșii sau din Y.M.C.A., dintr-o firmă de afaceri sau dintr-o organizație profesională, dintr-o lojă sau dintr-un club de serviciu, dintr-un partid politic sau dintr-o comisie culturală, dintr-o asociație de muzică simfonică sau dintr-o grupare de artă plastică, cititorii revistelor *Harper's* și *Atlantic* denotau un mai mare procentaj de apartenențe decât vecinii lor. Singura categorie în care vecinii erau mai activi era „Biserica sau organizațiile religioase", iar în acest caz diferența acoperea mai puțin de un singur procent.

Fiind mai activi, acești oameni tindeau de asemenea spre poziții de conducere în comunitate. Un mai mare procentaj al celor din grupul *Harper's-Atlantic* decât al celorlalți consta din funcționari și directori ai organizațiilor de mai sus. Acest lucru era valabil în toate categoriile de organizații, cu excepția uneia singure: „clubul country sau de golf".

Erau, de asemenea, activi și pe plan recreativ. Aproape 30 la sută au răspuns că jucau golf; un număr similar practica tenisul; iar 18 la sută schiau. În toate aceste sporturi, grupul *Harper's-Atlantic* îl depășea numeric pe cel al vecinilor. Numai în domeniul vânătorii și al popicelor prezentau și vecinii un procentaj superior de participare. Același sistem se repeta și pe tărâmul hobbies-urilor. Vecinii participau mai intens doar la tâmplărie, gătitul în aer liber și fotografie. Totodată, un sistem constant și clar se semnala în participarea civică. Grupul abonaților le scria mai multe scrisori oficialilor aleși și redactorilor de ziare; luau cuvântul în mai multe întruniri publice; lucrau mai mult în campaniile electorale.

Ar fi facil, desigur, să proiectăm aceste concluzii asupra întregului public consumator de cultură. Chiar dacă grupul de abonați ai revistelor au demonstrat o participare mai directă în activitățile culturale, grupul vecinilor includea și el consumatori de cultură. Dar s-ar putea să nu greșim presupunând că în general consumul de cultură și activitatea merg mână în mână.

Din cele de mai sus reiese clar că specia consumatorilor de cultură este nouă. Consumatorul de cultură e un om în tranzit. Nu face parte din aristocrația veche, așezată, sigură pe locul ei în lume și având confirmate interesele, judecățile și gusturile (adeseori foarte proaste, deși tindem să ne amintim numai exemplele de bun gust aristocratic). Nu aparține nici lumii în accentuată restrângere a muncitorilor sau agricultorilor. Dar nu e nici cetățeanul de clasă medie, provincial și limitat, din trecut. Este, pe de o parte, foarte instruit. De asemenea, e și foarte umblat. Când nu se dezrădăcinează, cu familie cu tot, pentru a se muta în cealaltă parte a țării, firma sa îl expediază încontinuu la câte o convenție din New York, o reuniune tehnică din Boston sau o audiere guvernamentală la Washington – sau chiar, dacă are noroc, la o sesiune cu managerul de branșă în Bruxelles, Zürich sau Roma. Probabil că soția a urmat colegiul și poate foarte bine să ia cursuri post-universitare de relații internaționale, poezie sau ceramică. În orice caz, nu mai e legată de casă. Îi stă la dispoziție un automobil și are timp pentru activități în afara domiciliului. Poate foarte bine, de ce nu, să aibă și un serviciu, nu din necesitate economică ci, în multe cazuri, din propria-i dorință. Dacă nu, probabil că e activă în una sau mai multe organizații comunitare sau artistice. Are unele legături cu lumea exterioară. Soțul ei nu mai e Dl. Babbit, și nici ea nu mai e D-na Babbitt.

Prin acestea, nu urmărim să romanțăm noua clasă confortabilă sau sectorul consumatorilor de cultură din ea. Consumatorii de cultură au limitele lor clare. Însă ar fi mult prea simplu să facem haz pe seama lecțiilor de balet pe care le dau fiicelor lor sau de eforturile lor cu pensula și șevaletul. Amatorii au fost întotdeauna un subiect la îndemâna autorilor satirici, alături de *nouveaux riches*. De asemenea, e ușor să ridicăm din umeri la adresa interesului lor, declarându-l simplu parvenitism. Mult mai greu este să se analizeze adevărata complexitate a motivațiilor. Ascensiunea unui public artistic de masă poate, în felul său, să se compare cu dezvoltarea alfabetizării de masă în Anglia secolului al XVIII-lea. Pesemne că și nobilii se distrau surprinzându-și inferiorii sociali chinuindu-se cu abecedarul. Totuși, alfabetizarea de masă a fost unul dintre progresele realmente fundamentale înfăptuite de omenire în lunga și sângeroasa ei istorie. Ascensiunea interesului față de arte din partea unui public american de masă ar putea, în ciuda hazului pe care li-l inspiră caricaturiștilor și celorlalte instituții critice, în pofida tuturor sclipiciurilor și mucavalelor pe care le implică, să anunțe o etapă foarte importantă în dezvoltarea socială a omului modern.

4

Dincolo de parvenitism

„Cea mai mare parte a acestei aiureli cu cultura e de natură socială. Oamenii vor să se gătească elegant și să-i vadă lumea. Cultura are un rol al dracului de mic." Așa susține un librar din New Orleans căruia un reporter i-a cerut să explice creșterea activităților artistice din acel oraș. Vance Packard, în *The Status Seekers*[1], vorbește despre un rector universitar care, dorind să-și impresioneze vizitatorii cu intelectualismul său, a comandat cărți „bune" de la o librărie locală și a propus să le plătească la metru. Mai mult, orice persoană care a observat exemplare din *Horizon* împrăștiate artistic în jurul unei măsuțe de cafea (și necitite), de ochii vizitatorilor, sau plăcuțele cu numele spectatorilor distinși de pe spătarele fotoliilor din Sala Filarmonică a Centrului Lincoln, nu poate să nu fie conștient de faptul că între cultură și aspirațiile de statut social există o oarecare legătură.

Nu încape nici o îndoială că unii membri ai noului public cultural sunt atrași mai mult de dorința de a-i impresiona pe ceilalți decât de vreun pătimaș dor de experiențe estetice. Vizionarea unui film străin, audierea unui recital de muzică de cameră sau prezența vizibilă în geantă a unei cărți ezoterice în ediție de buzunar comportă o anume pecete socială în cercurile la modă ale clasei confortabile. Dar poziția socială nu este singura cauză non-estetică a consumului de cultură.

Directorii de muzee manifestă un scepticism sănătos față de motivele pentru care numărul vizitatorilor e în creștere. O glumă favorită de-a lor spune că, dacă ar construi cineva toalete publice cu intrarea gratuită vis-à-vis de respectivele instituții, cifrele de vizitare s-ar prăbuși la pământ. Faptul că pofta de cultură nu este întotdeauna ceea ce pare a fi, a fost demonstrat și atunci când, nu demult, directorul unei colonii penale din Tennesse a investigat motivele pentru care la mesageria închisorii începuseră să sosească dintr-o dată munți de cărți și discuri. Anchetatorul a descoperit că deținuții participau la cluburi de lectură și de audiții muzicale, colportându-și selecțiile la premii

1. „Amatorii de parvenire". (n.tr.).

pentru a se înscrie amânând sistematic achitarea datoriilor pentru a cumpăra cinci-șase cărți sau discuri în plus pe an. Mammona își înalță neartisticul cap și în galeriile de artă, căci cumpărarea unui tablou original nu mai e doar o faptă șic, ci poate avea și importante consecințe economice. Există colecționari de artă – un proprietar de galerie i-a poreclit „școala de fonduri reciproce" – care cumpără picturi angro, le depozitează și așteaptă cu răbdare ca valoarea lor să crească pe inflaționista piață a artei. Și a fost necesară intervenția Serviciului de Venituri Interne pentru a pune capăt unei operațiuni pe sub mână prin care un „colecționar" cumpăra un tablou cu, să zicem, 10.000 $, după care îl dădea la prețuit unui expert binevoitor care anunța că valoarea „reală" era de 50.000 $. Apoi, proprietarul îl putea dona unui muzeu, revendicând o gigantică scutire de impozit, adeseori mult mai valoroasă decât prețul inițial al picturii.

Există, apoi, distribuitorii de cultură Aceștia sunt operatorii comerciali care, constatând noul interes public față de artă, se atașează de el ca sistem de parazitism. Asistăm, astfel, la voga tricourilor cu Bach și Beethoven; găsim galerii care se oferă să vândă „picturi în ulei originale veritabile" prin corespondență, pe nevăzute; observăm înființarea unui club numit *The Escoffiers, Inc.*, la care apartenența, automat, „te marchează drept creator de gusturi". Acest gen de scamatorii cărora li se face o mare publicitate, destinate să-i ademenească pe mocofanii care au mai rămas în America, exploatează noul interes al publicului pentru artă ieftinindu-l. Tevatura aferentă conferă un miros toxic exploziei culturale, iar elitiștii culturii, nerăbdători să-și justifice snobismul, acționează ca și cum aceste manifestări ar fi esența problemei. Grosolănia, mercantilismul și parvenitismul există, fără îndoială. Totuși, explozia culturală va fi înțeleasă complet greșit dacă presupunem că nu constă în nimic mai mult decât acestea, că e activată numai de modă sau capricii. Cauzele sale subzistă mult mai adânc în psihicul american.

Câțiva racoleuri meschini nu pot crea o mișcare socială. Același lucru îi este imposibil și unei cauze simple sau unilaterale. O evoluție care deține întregul dinamism energic, toată diversitatea internă sau impulsul pozitiv al boom-ului nostru cultural trebuie să fie rezultatul unui complex de cauze. Poate apărea numai atunci când un număr de tendințe sociale profunde converg dintr-o dată spre a o propulsa înainte, prin impactul lor cumulativ. Exact acest lucru s-a întâmplat pentru a provoca marele salt cultural american.

În capitolul anterior, ne-am referit succint la remarcabila dezvoltare de după sfârșitul celui de-Al Doilea Război Mondial a acelui grup pe care l-am etichetat drept clasa confortabilă. Creșterea puterii de cumpărare a muncitorului american și mai ales a celor care au fost numiți „intelectualii cu bani", este indiscutabilă. Faptul că anumite grupări, negrii, muncitorii necalificați, șomerii, nu participă în egală proporție la prosperitatea generală nu poate

anula realitatea că majoritatea americanilor din zilele noastre au bani mai mulți decât au avut înainte.

Să adăugăm la aceasta impactul ramificat al săptămânii scurte de lucru, care în cadrul intervalului de viață al generației noastre s-a redus de la aproximativ șaptezeci de ore aproape la jumătate, iar unele dintre implicații devin evidente. Americanii nu au făcut numai să evolueze, în ansamblu, dincolo de nivelul de subzistență, ci și-au schimbat și întreaga atitudine psihologică față de muncă și de timpul liber. Pe lângă că au mai mulți bani, ei încep să reconsidere etica puritană care insista asupra muncii și dezaproba distracția, relaxarea și muzele. O dată cu declinul nevoii de muncă, oamenii rămân liberi să cheltuiască, să se bucure de satisfacții senzuale, să caute plăceri noi și diversificate – iar pentru aceasta au tot mai mult timp.

O a treia tendință cu implicații pe termen lung se varsă în fluviul tot mai impetuos generat de primele două. La începutul secolului, numai doi la sută din populație își continua studiile după vârsta de cincisprezece ani. Astăzi, acele două procente au crescut la șaizeci. Iar înscrierile la colegiu s-au înmulțit atât de vertiginos, încât au creat crize în campusuri. În 1950, 2.286.000 de americani urmau colegiul. Prin 1960, acest număr se ridicase la 3.583.000 – o mărire cu aproximativ 57 la sută. Deceniul respectiv este același în care a început explozia culturală, iar faptele nu sunt lipsite de legătură între ele. Mai mult, publicul nu e doar mai instruit în sens general, ci și, mai mult decât oricând, la nivelul concret al artelor. Atât artele plastice, cât și muzica, au devenit parte integrantă din programa analitică a multor școli elementare și secundare, încă începând din anii 1920 și chiar mai demult. Dar de la Al Doilea Război Mondial încoace, o dată cu consolidarea multor districte școlare mici, tot mai multe sisteme de învățătură au putut iniția studii specializate pe aceste teme, iar cursurile extrașcolare au crescut și mai rapid. Un indiciu al acestui fenomen constă în surprinzătoarea înmulțire a membrilor Conferinței Naționale a Profesorilor de Muzică, de la 20.000, în 1950, la 42.000, cu treisprezece ani mai târziu. Numărul copiilor care învață muzică, fie acasă fie în școală, a urcat vertiginos, între 1947 și 1963, cu 340 la sută – de la 2.500.000 la 11.000.000. Nu încape nici o îndoială că învățătura într-un mod cât mai direct face posibil un mai mare consum artistic de masă.

Chiar și învățământul care nu are o relație directă cu arta ajută la pregătirea individului pentru aprecierea artistică. Motivele acestui lucru sunt explicate de către psihiatrul Donald F. Klein, care atrage atenția că „facultatea de a aprecia arta este legată de facultatea gândirii abstracte. Există dovezi că și imaginația are legătură. De ce zice un copil: «Spune-mi o poveste»? O cere în primul rând fiindcă el însuși nu poate spune o poveste. În pofida tuturor concepțiilor populare contrare, copiii, de regulă, nu au o imaginație bogată. În

realitate, mentalitatea lor e foarte literală sau orientată spre concret. Ceea ce au este un sistem de reacții directe și neformate față de realitatea din jur. Dar acesta este diferit de imaginație, pe care am putea-o defini ca fiind capacitatea de a observa o situație și a întrezări în ea o diversitate de posibilități. Această capacitate derivă din aptitudinea de a abstractiza, adică tocmai ceea ce îi dezvoltă unui copil educația. Abstractizarea este o facultate predată prin învățătură. Și de fiecare dată când se aplică cu succes la rezolvarea unei probleme, facultatea respectivă se accentuează."

Această facultate, sugerează doctorul Klein, este întărită și mai mult de existența posibilităților de a alege în viața individului. Când o persoană e confruntată cu o situație care nu lasă loc pentru variante, se poate baza pe comportamentul rutinier. Abstractizarea nu este deosebit de utilă, de exemplu, pentru omul a cărui sarcină constă în a strânge fiecare șurub care trece prin fața lui, pe lanțul de montaj. Respectivul nu are de ales. Prezența alegerii – a multiplelor posibilități – este aceea care încurajează dezvoltarea capacității de a abstractiza. În acest mod, unii oameni ajung într-o situație de autostimulare. Educația îi învață cum să procedeze. Cu acest prilej, îi pregătește pentru o muncă superioară, o gamă mai largă de slujbe, un mai amplu spectru de posibilități. La rândul său, acest lucru duce încă o dată mai departe dezvoltarea capacității.

Adevărul privitor la copil – că are o minte literală – tinde să li se aplice și adulților fără școală. În acest sens, David Riesman afirmă că muncitorii au „o aderență la tangibil". Nu este decât un alt mod de a spune că ei tind să fie incapabili de abstracțiuni cu bătaie lungă.

Situația e în legătură directă cu capacitatea de a aprecia arta. „Frunțile înguste", remarcă doctorul Klein, „au o viziune foarte concretă asupra propriilor lor probleme. O asemenea persoană tinde să aprecieze ceea ce numim sub-artă – Mickey Spillane, Beatles, rock-n-roll, Beverly Hillbillies. Aici, apelul e simplu și direct. Nu e nevoie de multă pricepere pentru a discerne relația dintr-o rimă împerecheată, și întrucât respectivul își vede propria viață în termeni relativi simplu, el poate să se identifice cu personajele simpliste pe care i le prezintă arta de acest gen. Pe măsură ce oamenii învață să-și privească propriile vieți într-o modalitate mai abstractă, ei cer ca arta să le reprezinte mai adecvat noua situație. Așa ceva implică un mai înalt grad de complexitate și subtilitate. Înseamnă artă în loc de sub-artă."

Capacitatea de a detecta configurații și a pune simbolurile în legătură cu subiectele lor de referință subzistă la însăși rădăcina dezvoltării gustului estetic, fie că este vorba de muzică, literatură, teatru sau dans. Și tocmai această capacitate este aceea pe care o stimulează învățătura și bunăstarea materială. Pompați învățătură și belșug într-un întreg strat larg al populației și se va crea,

cel puțin, un potențial de creștere a participării publice la viața culturală a națiunii.

Bani, timp liber, educație. Acestea sunt condițiile prealabile evidente ale unei explozii culturale. Însă numai ele singure nu pot explica adecvat ceea ce s-a petrecut. Explică de ce un membru al clasei confortabile devine tot mai capabil să aprecieze artele; nu explică de ce respectivul se simte efectiv îndemnat s-o facă. Este cert că noile milioane de reprezentanți ai publicului cultural nu se dedică exclusiv artelor. Pentru cei mai mulți dintre ei, arta rămâne o preocupare relativ minoră, strecurată interstițial în viața lor, alături de tenis, voiaje și alte activități. Dar de ce este ea prezentă, cât de cât, în viața lor? Ce anume, din viața americanului contemporan de clasă confortabilă, îl împinge să caute o formă de împlinire în artă? S-ar părea că arta slujește un scop pentru care nimic altceva nu ar putea-o substitui.

Spre a identifica aceste necesități și modul în care le servește cultura, trebuie să examinăm mai întâi câteva dintre presiunile ascunse care acționează în viața modernă. Una dintre acestea, imposibil de ignorat, este omniprezenta standardizare. Max Lerner a scris că „majoritatea copiilor americani (...) se nasc în spitale standardizate, cu o etichetă standardizată care li se aplică pentru a nu fi confundați cu alte produse standardizate ale spitalului. Mulți dintre ei cresc fie în șiruri uniforme de locuințe, fie în case suburbane sau din orașe mici. (...) Își petrec zilele vieții, cu o monotonă regularitate, în fabrici, birouri și magazine, efectuând operațiuni de rutină la intervale fixe. (...) Sunt recrutați în armate standardizate și, dacă scapă de moartea în războiul mecanizat, mor de boli extrem de uniforme și, în acompaniamentul unor platitudini tocite, sunt îngropați în morminte standardizate și comemorați prin anunțuri mortuare standardizate. Caricatură? Da, și poate cam rudimentară, dar cu un înfricoșător sâmbure de adevăr într-însa."

Standardizarea nu este numai o caracteristică a produselor fabricate cu ajutorul mașinilor. Nu e vorba doar de o conservă cu supă de roșii Campbell's, asemănătoare cu conserva dinaintea ei. Lewis Mumford, de exemplu, a subliniat că „prima caracteristică a civilizației mașinilor moderne constă în regularitatea ei temporală. (...) Pe măsură ce scara organizației industriale crește, punctualitatea și regularitatea regimului mecanic tinde să crească o dată cu ea." Viața este în mod perceptibil reglementată de către ceas, astfel încât nu numai că muncim la anumite ore, dar și mâncăm, călătorim sau facem dragoste în momente mai mult sau mai puțin previzibile.

De asemenea, standardizarea există și în muncile repetitive pe care le prestează majoritatea americanilor, precum și în mediul organizatoric în care trăiesc. Gigantismul, fie cel al firmei General Motors, fie al AFL-CIO, ori al

Pentagonului, pare să fie esențial nu numai pentru eficiența economică, ci și pentru eficacitatea politică. Încă dinainte de Primul Război Mondial, dezvoltarea birocrației era suficient de avansată pentru ca Max Weber să-i dedice studiile sale de pionierat. De-atunci, însă, gradul de raționalizare din societate a crescut în proporție marcantă, iar o dată cu recenta introducere a computerului, a cercetărilor de operațiuni și a altor instrumente sofisticate, structura birocrației în societatea americană a devenit cu mult mai elaborată și rafinată. Birocrația, asemenea fabricii, are efecte profunde asupra individului care trudește în mrejele ei. Pe această temă, Robert Merton scrie: „Structura birocratică exercită o presiune constantă asupra funcționarului, în sensul de a fi «metodic, prudent, disciplinat». Dacă se dorește ca birocrația să funcționeze cu succes, aceasta trebuie să atingă un înalt grad de previzibilitate a comportamentului."

Pentru a ajunge la această previzibilitate, birocrația depersonalizează relațiile umane și încurajează conformismul. Regulile standardizate omoară spontaneitatea relațiilor dintre oameni. Funcțiile sunt net definite. Canalele de autoritate sunt stabilite cu precizie. Comunicațiile din cadrul organizației se formalizează în proporție crescândă. Ia ființă o lume a referatelor. Oamenii încep să se închidă în bastioane de hârtii. Rezultatele acestui proces au fost prezentate în torentul scrierilor de ficțiune și sociologie populară care au inundat America în anii cincizeci și la începutul anilor șaizeci: *The Man in the Gray Flannel Suit*[2], *The Status Seekers, The Organization Man*[3], *The Lonely Crowd*[4]. Am aflat că americanul de la jumătatea secolului era sufocat de atotcuprinzătoarea standardizare. „Avem convingerea", au scris în 1955 sociologii David Riesman și Howard Roseborough, că „are loc o deschidere generală a barierelor: între categoriile de vârstă, între sexe, între regiunile țării și între clasele sociale, cu perspectiva vizibilă a unui stil de viață destul de uniformizat al majorității mijlocii (...)."

Sunt convins că s-a vorbit prea mult despre stereotipia și insipiditatea vieții americane. Există, cred, tot mai multe dovezi că, atunci când mașinăria civilizației ajunge la un anumit nivel de bunăstare, ea începe să inverseze procesul prin care impune conformismul în stadiile incipiente. Este chiar foarte posibil să ne aflăm în pragul unei epoci a diversității și a spontaneității cum n-am mai cunoscut. Cu toate acestea, nu încape nici o îndoială că standardizarea, conformismul și depersonalizarea au fost până acum niște forțe puternice și că și-au luat tributul.

Industrializarea este o unealtă pe care omul o folosește pentru a supune

2. „Omul în costum de flanelă gri". (n.tr.).
3. „Omul organizației". (n.tr.).
4. „Mulțimea singuratică". (n.tr.).

natura. Dar complexitatea acestei unelte e atât de mare, încât omul începe să piardă contactul cu scopul activității sale. Diviziunea muncii fragmentează sarcina, astfel că omul înțelege, în cel mai bun caz, doar o parte din ea. Spre deosebire de meșteșugar, lucrătorul contemporan nu are niciodată ocazia să-și vadă obiectul muncii evoluând spre forma sa finală și este lipsit de sentimentul aparte, afectuos chiar, care poate să apară în sufletul meșteșugarului față de sculele și materialele sale. El este izolat, lipsit de țel. Astfel, alienarea devine o temă dominantă în literatura și arta societății industriale. Benny Profane, un personaj din remarcabilul roman *V.* de Thomas Pynchon, părea să circule încontinuu printr-un decor unde nu trăia nimic în afara lui. „Dădea colțul (...) și iată-l, într-o țară necunoscută." Sau, în altă situație, mergea pe „culoarele unui gigantic supermarket luminos, fără altă funcție decât aceea de a vrea."

S-ar putea ca romancierii, sociologii și filosofii existențialiști să exagereze predominanța unui asemenea *angst*. Totuși, în afara cazului că toate dovezile sunt denaturate, mulțimi de oameni din societatea industrială occidentală au simțit într-adevăr, într-un moment sau altul, o stare asemănătoare. Potrivit psihanalistului Ernst G. Schachtel, ei „nu se mai simt siguri cine anume sunt (...) sunt alienați de natură, alienați de semenii lor, alienați de munca mâinilor și a minții lor și alienați de ei înșiși. (...) Când lipsa unui simț al identității devine conștientă, aceasta este percepută adeseori – poate întotdeauna – sub forma senzației că, în comparație cu ceilalți, individul nu mai este o persoană completă." Cunosc ceea ce Robert MacIver a numit „marele gol".

Acest vid este accentuat de mobilitatea care a devenit un aspect de o asemenea importanță crescândă al vieții americane. În fiecare an, câte un american din cinci se mută cu locuința. Când ne amintim că multe dintre milioanele de locuitori dezavantajați ai Americii fac parte din cele mai puțin mobile familii, minerii legați de orășelele lor miniere în pofida faptului că mina și-a epuizat resursele, fermierii al căror mod de existență are literalmente rădăcinile înfipte într-un singur loc, reiese că cei pe care i-am descris ca aparținând clasei confortabile se mută în medie, probabil, chiar mai des deatât. Dar ei se mai deplasează și în alte sensuri, urcând și coborând scara economică și socială, îndepărtându-se tot mai mult de părinți și rude, de originile lor religioase, de calificările profesionale inițiale. Și călătoresc cu mașina, trenul, avionul și vaporul mai mult decât au călătorit alți oameni vreodată. Pe deasupra, o fac într-o lume care ea însăși se schimbă, se deplasează, atât de rapid încât evenimentele, obiectele și valorile și-au pierdut consistența.

S-ar crede că o atât de mare mobilitate ar amorți simțurile, intelectul și afectivitatea. Dar se produce tocmai contrariul. Adeseori, mișcarea aduce cu ea nu amorțeală, ci o acută poftă de noi stimuli. Dr. Gerald Gurin declară, în

„Muncitorul din noul mediu industrial“, un studiu publicat de Fundația pentru Cercetări asupra Comportamentului Omenesc, că 80 la sută dintre cei angajați ca intelectuali sau tehnicieni, cu siguranță unii dintre cei mai mobili americani ai zilelor noastre, raportează că orgoliul le este satisfăcut prin muncă – altfel spus, își satisfac anumite nevoi legate de interes și diversitate, de folosirea aptitudinilor, exprimarea responsabilității etc. Acest lucru contrastează cu cei numai 39 la sută din lucrătorii clericali și 29 la sută din muncitorii necalificați care găsesc asemenea valori în munca lor. Faptul în sine nu e surprinzător. Surprinzătoare e constatarea că „oamenii din poziții profesionale superioare, în pofida mai marii mulțumiri sufletești câștigate din muncă, exprimă de asemenea și un mai mare grad de frustrare a necesităților afective. Se pare că persoanele cu funcții sus-puse nu numai că-și găsesc în muncă satisfacții afective mai mari, ci le și caută în mai mare măsură.“

Să rezumăm, deci, revelațiile acestei scurte incursiuni prin infernul contemporan: 1) standardizare și stereotipie cenușie; 2) conformism și pierdere a individualității; 3) îndoieli cu privire la identitate; 4) mare mobilitate; și 5) foamea de noi stimuli. Acest sumbru catalog, e adevărat, exprimă numai o realitate parțială. Pentru majoritatea dintre noi, viața nu e chiar atât de posomorâtă. Altfel, ar fi insuportabilă, și mulți preferăm s-o suportăm, nu să ne-o scurtăm. Am putea găsi o întreagă serie de avantaje devenite posibile datorită industrializării – de la penicilină până la toaletele canalizate – pe care pesimiștii neglijează să le pună la socoteală. Dar lista e utilă, căci sugerează unele dintre plăcerile contemporane pe care arta le poate astâmpăra.

Iar arta nu se rezumă să le potolească, ci le satisface chiar mai eficient decât aproape orice altceva. Fotbalul, filatelia, navigația cu motor, golful, bridge-ul – toate aceste activități oferă anumite mulțumiri. Însă nici una dintre ele nu se potrivește atât de exact cu necesitățile psihologice contemporane ca arta.

Dacă viața e cenușie, arta e multicoloră. Dacă viața e legată de ceas, arta e spontană și, cel puțin în aparență, neinhibată. La un nivel foarte superficial sau senzorial, arta aduce în viață culoare, diversitate și inedit. Costumele și decorurile de la operă sau de la teatru, culorile diferite, subtile sau agresive, ale unui tablou, straniile stări psihice ale personajelor dintr-un roman contemporan, combinațiile neobișnuite de sunet în muzica bună – toate acestea contracarează lipsa de culoare a vieții cotidiene. La fel stau lucrurile și pe tărâmul emoțional. Psihologul Rudolf Arnheim ne reamintește că „o mare parte din așa-zisa experiență emoțională a vieții cotidiene e foarte subțire. Se produce pe o gamă extrem de îngustă, de la gâdilatul plăcut până la ușoara iritare. Acestea sunt, într-un sens, emoții cu amănuntul. În artă, însă, ar trebui să trăim o experiență emoțională autentică, ajungând dincolo de limitele

banalului. Te duci la teatru și vezi o persoană – Hamlet, Ofelia sau chiar Willy Loman[5] – suferind profund. Problemele vieții au ajuns la un punct de răscruce. Ești adânc mișcat. Senzația de a fi profund mișcat este una dintre cele mai sănătoase pe care le poate trăi o ființă omenească. Arta adaugă culori pe paleta emoțională. Îți oferă senzația că ești viu." Prin urmare, atât la nivel senzorial cât și emoțional, artele se află în antiteză cu standardizarea vieții contemporane.

De asemenea, arta este un antidot al conformismului. Riesman și Roseborough, în eseul citat anterior, subliniază că stereotipia sau conformismul se exprimă esențialmente în „pachetul standard" al bunurilor materiale folosite de familie. Acesta constă în articole ca mobilierul, obiectele casnice, hrana și îmbrăcămintea. „În zona timpului liber, exterioară pachetului, pentru care el nu este decât o bază centrală, există diferențele mai mari", afirmă ei. Pe scurt, prin intermediul gusturilor sale pentru timpul liber și consumul de cultură, o persoană se poate cel mai bine diferenția actualmente de ceilalți aflați în împrejurări similare. Alegerea unui tablou pentru peretele din *living-room*, cumpărarea unui disc clasic sau producerea unei sculpturi, fie și amatoricești, la cursurile centrului artistic local, sunt, pe lângă orice altceva, sfidătoare expresii ale individualității.

Prosperitatea materială e aceea care face posibile asemenea individualizări. Astfel, Institutul de Cercetări Stanford, în cadrul unui studiu asupra valorilor de consum, a putut raporta cu perspicacitate că „în prezent, reiese clar că grupările mai instruite și cu o stare materială mai bună resping în mod conștient conformismul de masă. Acest lucru e evident în domeniul de consum, prin numărul produselor inovatoare asimilate cu ușurință, răspândirea automobilelor radical diferite, larga acceptare a alimentelor exotice, înmulțirea călătoriilor în străinătate și chiar creșterea interesului pentru literatura, muzica și arta plastică de avangardă. Îndepărtarea de conformism, în direcția individualității și a expresiei de sine, are toate șansele să acumuleze tot mai multă energie (...) pe măsură ce crește și nivelul material." Există un număr finit de automobile dintre care consumatorul poate alege, un număr finit de alimente exotice pe care să le mănânce, chiar și un număr finit de locuri în care poate călători la un moment dat. Arta, dimpotrivă, este infinită în variațiunile și posibilitățile ei. Din acest motiv, ea e cel mai larg dintre toate domeniile posibile în care individul își poate exprima unicitatea.

Această unicitate se află în centrul identității. Omul care se îndoiește de propria sa identitate caută anumite revelații despre sine însuși. Indiferent dacă acest semn este reflectat asupra lui de către consumul său de cultură

5. Protagonistul dramei „Moartea unui comis-voiajor", de Arthur Miller. (n.tr.).

individualizat, sau prin propria sa producție artistică profesionistă sau amatoare, arta rămâne o cale utilă spre „a te găsi pe tine însuți". Genul consumului de cultură în care se angajează omul îi reflectă individualitatea. Și, în măsura în care este cu adevărat individual, reprezintă o dovadă încurajatoare a propriei lui unicități esențiale. Producția de lucrări artistice, chiar și proaste, amatoricești, îl ajută să se vadă pe sine însuși. După cum observă Rudolf Arnheim, „fie că faci un pas înapoi și te uiți la tabloul pe care tocmai l-ai pictat, fie că asculți muzica interpretată de tine însuți, experiența e autorevelatoare. E ca atunci când vezi chipul propriului tău copil. Te ajută să-ți definești identitatea față de tine însuți, într-un mod mult mai puternic decât simpla înțelegere intelectuală." Nu întâmplător pictura, muzica și teatrul sunt toate trei folosite ca instrumente psihoterapeutice. Ele pot avea un efect puternic asupra personalității.

Și în materie de mobilitate, arta oferă anumite mulțumiri speciale. Într-o lume în care obiectele, evenimentele și chiar valorile se află în tot mai accentuată tranziție, milioane de indivizi dezrădăcinați tânjesc după un sentiment de stabilitate, certitudine și înrădăcinare. Întrebarea dacă această jinduire este sănătoasă poate fi discutată pe îndelete. În termeni colocviali, deși după un anume clișeu, întrebarea se pune astfel: „De ce se poate ține o persoană?" Din diverse motive, unul dintre răspunsurile la această întrebare îl oferă arta.

Într-o lume aparent haotică, arta posedă și reprezintă ordinea. Într-o lume care îi permite muncitorului să lucreze doar parțial și în care legăturile noastre cu alți oameni, cu alte lucruri și locuri, se rup încontinuu, opera de artă deține o integritate liniștitoare. Mai mult, consumul de cultură e un act care identifică individul cu o milenară tradiție de excelență. Chiar și atunci când subiectul creației artistice e anti-tradițional, actul de a-l aprecia rămâne tradițional. Oamenii fac acest lucru de mii de ani. Pontajul la începutul zilei de muncă, cafeaua băută din cești Lily sau goana prin spațiu în tuburi metalice nu au loc de prea multă vreme. Arta, nu numai fiindcă uneori transmite valorile unei epoci trecute, ci și pentru că a făcut parte din societatea omenească încă de la începuturi, este un leac împotriva dezrădăcinării.

În sfârșit, arta potolește pofta de stimuli. Arta diferă de alte forme de experiență deoarece implică folosirea simbolurilor. Până și cele mai literale și figurative picturi sau poezii, cele mai puțin abstracte melodii sau dansuri, sunt „imitații" ale realități, precum și aspecte ale realității. Sunt simboluri. Și stă în natura simbolurilor, în puterea lor, să angajeze psihicul omenesc pe multiple niveluri simultan. Un simbol eficient într-o operă de artă declanșează o furtună de stimuli, emoționali, intelectuali și senzoriali. Conținutul simbolic al artei este acela care excită aceste inefabile stări emoționale pe care aproape nimic altceva nu pare capabil să le producă. O populație care caută noi stimuli este sortită să descopere și să reacționeze la produsele culturale.

Există multe moduri mai subtile în care arta servește individul. Ceea ce am încercat să arăt aici, însă, este faptul că, în mai multe privințe, ea este deosebit de potrivită pentru a satisface dorințele provocate de societatea industrială contemporană. Acele pofte volatile există, desigur, de mult timp. Au fost detonate, cum s-ar spune, de către boomul câștiguri-învățătură-relache din anii cincizeci. Când le însumăm, combinându-le cu creșterea bunăstării, a timpului liber și a învățăturii, și adăugând pe deasupra profunda pasiune de autodepășire a americanilor, devine evident că spectaculoasa dezvoltare a consumului de cultură nu a fost o chestiune simplă sau de suprafață. Ea nu se poate explica numai prin cuvântul „parvenitism“, nici în oricare alt mod unitar.

Prin urmare, suntem obligați să privim explozia culturală ca pe un fenomen care pătrunde adânc în esența vieții americane, un fapt ce reflectă temperamentul în schimbare al populației americane și, în consecință, complet absorbit de articulațiile și angrenajele vieții, de achiziții și satisfacții materiale. Într-adevăr, s-ar putea ca așa-numita explozie culturală să fie primul simptom al unei schimbări fundamentale în psihologia omului contemporan din cea mai avansată dintre societățile industriale.

Profesorul Ferdinand F. Mauser, într-un incitant articol din *Harvard Business Review*, scrie: „De-a lungul secolelor, oamenii au pus preț pe proprietate fiindcă nu se găseau destule bunuri. (...) Într-o lume nouă, a îndestulării tehnologice, principiul proprietății de bunuri materiale din partea indivizilor devine cu repeziciune anacronic.“ Profesorul Mauser susține această surprinzătoare afirmație citând răspândirea din ultimii ani a planurilor de închiriere și a altor aranjamente contractuale asemănătoare din industrie. El atrage atenția asupra unor exemple ca fabrica de articole mari de uz casnic care a anunțat că va închiria frigidere, spălătoare de vase, congelatoare și instalații de aer condiționat; închirierile de mașini sunt în plin avânt; iar magazinul universal din Washington, D.C., care face reclamă la sute de articole de închiriat, ca de pildă cădițe pentru nou-născuți, pânzeturi, porțelanuri, instrumente electrice și fotolii cu rotile. Ar fi putut la fel de bine să menționeze progresul planurilor de închiriere cu obiecte de artă, precum și exemple excentrice ca acela al companiei care închiriază mantouri de blană pentru doamnele ce vor să iasă în câte o seară îmbrăcate elegant.

Această evoluție aparent minoră poate fi simptomatică pentru un fenomen cu bătaie mult mai lungă. Astfel, conform studiului întreprins de Institutul de Cercetări Stanford asupra consumatorilor, „o semnificație deosebită în anii 1960 are probabila emergență a unui mare grup de familii prospere, cu putere de exemplu, care vor respinge materialismul ca mod de a-și exprima autodepășirea, înlocuindu-l cu «autorealizarea» individualistă. Acest grup poate foarte bine să respingă eforturile de a-i emula pe cei foarte bogați, pur și

simplu fiindcă atingerea prestigiului social prin consum este atât de ușoară încât își pierde rostul. Mai degrabă, această grupare are toate șansele să se îndrepte spre forme de consum mai puțin vizibile – poate către activitățile intelectuale, experimente și diversitate a experienței, munca în interesul public și urmărirea calității în general."

Aceeași îndepărtare de scopurile tradiționale a fost denumită „transfer revoluționar" de către consultantul de afaceri Edward T. Chase. Scriind în *Atlantic Monthly*, Chase explică: „Majoritatea americanilor continuă să se intereseze enorm de bani, desigur, dar se poate observa o perspectivă diferită. Într-o măsură fără precedent, se iau hotărâri pe criterii non-monetare. (...) Noua apreciere a valorilor non-economice este cheia multora dintre disensiunile noastre politice, a neînțelegerilor dintre generațiile mai vechi și cea nouă și, printre altele, o cheie a boom-ului cultural însuși.

Un declin în urgența marginală a bunurilor", continuă dl. Chase, „înseamnă cel puțin că un tânăr de azi nu mai are nevoie, ca în epocile trecute, să se limiteze la lupta pentru supraviețuire, nici măcar să se simtă îndemnat să îmbrățișeze o carieră lucrativă convențională, dacă dorește să se bucure de un confort standard. Are de ales din mai multe variante." Dl. Chase își intitulează articolul „Banii nu sunt totul". În continuare, această tendință a fost discutată și în *Business Week*, care citează drept exemplu cazul a doi tineri care și-au pus veniturile la un loc, după următorul sistem: unul dintre ei lucrează un an, iar în anul următor își ia liber, trăind din ceea ce câștigă celălalt. Timpul liber pentru urmărirea propriilor scopuri individuale devine, în viața multor americani, mai important decât un beneficiu suplimentar.

Acest notabil transfer al valorilor ar putea fi înspăimântător pentru cei preocupați de considerentele practice ale dolarilor și cenților în economie, dacă n-ar conține în sine un încântător paradox. Căci schimbarea apare într-o perioadă când mulți economiști ajung la concluzia că, într-o națiune, cultivarea propriilor resurse intelectuale și culturale are mult de-a face cu dezvoltarea economică esențială. Acești economiști au început să dedice o atenție crescândă investirii în creația și distribuirea cunoștințelor. Unul dintre gânditorii cei mai influenți în domeniu este Fritz Machlup, economist la Princeton, autorul volumului „Producția și distribuția cunoștințelor în Statele Unite", lucrare erudită și imaginativă care definește larg „cunoștințele", incluzând învățământul, mass-media, cercetarea și dezvoltarea, precum și cultura și alte domenii „neproductive" în sensul obișnuit al cuvântului. Machlup afirmă că „industria cunoașterii" – din care face parte și industria culturii – s-a extins într-un ritm de circa 2,5 ori mai rapid decât produsul intern brut. Mai mult, există semne că acest sector al economiei se va dezvolta rapid și în anii care urmează. S-a estimat că, la începutul anilor 1980, lucrătorii din domeniul

intelectual, tehnic și managerial – „muncitorii cunoașterii", cum au ajuns să fie numiți – vor constitui jumătate din forța totală de muncă a Americii. Învățământul – căruia cultura îi este uneori, în țara noastră, un afluent – va deveni, cu cuvintele lui Peter Drucker, „uluitoarea «industrie a progresului»".

Într-adevăr, am văzut deja cum educația, timpul liber și veniturile constituie principalele condiții prealabile ale consumului de cultură. Acum știm că toate trei se află în masivă expansiune. Cei aproximativ 4.000.000 de studenți la colegiu din zilele noastre vor deveni 7.000.000 în jurul anului 1970 și 8.500.000 prin 1975. Cele 48 la sută din familiile noastre cu câștiguri de 6.000 $ sau mai mult vor reprezenta, în 1973, probabil 65 la sută. Săptămâna de lucru se va scurta și, chiar dacă forța de muncă poate să crească numeric, numărul de tineri, pensionari și alte categorii care nu muncesc va crește mai rapid. Volumul total al timpului liber se va extinde până când îi va inunda pe americani în cantități oceanice.

Nu este locul să schițăm contururile economice și tehnologice ale generației următoare, așa cum sunt percepute de către cercetătorii științelor sociale. Ajunge să înțelegem ce înseamnă asemenea tendințe pentru cultura țării noastre. Rata de expansiune a industriei culturale se poate încetini procentual, pe măsură ce baza se lărgește. Dar, în termeni absoluți, abia am început să-i observăm creșterea. Explozia culturală din ultimii câțiva ani este începutul, nu sfârșitul, a ceva profund, multicolor și fascinant. Nimic, în afara unui război sau a unui colaps economic, nu poate opri această progresie. Căci, în societatea super-industrială de mâine, cu vastele și tăcutele sale complexități cibernetice, cu eliberatoarele sale cantități de timp pentru individ, arta nu va mai fi un beneficiu marginal pentru puțini, ci o parte indispensabilă din viața multora. Se va deplasa, de la margine, spre nucleul vieții naționale.

PARTEA A DOUA

Tendințe

„Orice schimbare, în orice moment, pentru orice motiv, este o cauză de deplorare.“

Ducele de Cambridge (atrib.)

5

Revolta clasei confortabile

Nu demult, într-o seară caldă de primăvară, Filarmonica din Lima, Ohio, a dat o reprezentație specială. Concertul era sponsorizat de Ghilda Femeilor din orchestră. Muzica se cânta într-o sală mare, modernă, aflată în proprietatea unei filiale locale a *United Automobile Workers of America*[1]. Orchestra includea un violonist negru, un vicepreședinte de bancă și pe primarul unui sat din apropiere. Ghilda Femeilor era condusă de o tânără evreică, soția unui intelectual care, cu un an în urmă, lucrase ca șef al orchestrei. Programul cuprindea o gamă largă, de la cântece de Rodgers și Hart până la un concert pentru corn de Mozart. Etichetată drept „concert de carnaval“, prezentând un interes deosebit pentru copii, manifestarea era categoric lipsită de formalism. Pereții erau decorați cu desene vesele, reprezentând girafe și lei. La mesele întinse în sală stăteau așezate șase sute de persoane. Ronțăiau popcorn și cartofi prăjiți și beau răcoritoare. Între numere, pe culoarele dintre mese se zbenguiau clowni, distrând copiii. Muzica interpretată de această orchestră comunitară (alcătuită din amatori și câțiva instrumentiști profesioniști angajați din orchestrele importante ale orașelor din Midwest, numai pentru o seară), nu se ridica, desigur, la standardele Filarmonicii din New York. Dar era plină de viață, pe alocuri reușită și, pentru publicul cald și binevoitor, reprezenta mai mult decât atât: era reală. Ce anume înseamnă pentru viitorul calității artistice din America asemenea evenimente, care în prezent au loc, sub o formă sau alta, în sute de comunități, se va discuta mai târziu. Pentru moment, e important să reținem că „democratizarea“ despre care am vorbit anterior nu se referă numai la anvergura audienței. Ea implică și artiștii, atmosfera, chiar și pe localnici. Mai important, implică organizarea și controlul culturii.

Pentru a înțelege natura democratizării parțiale care are loc, este necesar să ne retragem un moment pentru a privi cultura ca sistem economic. O dată ce am făcut acest lucru, va deveni imediat clar că „sistemul cultural“, în societatea noastră sau în oricare alta, este compus din mai multe elemente corelate.

---

1. Sindicatul Unit al Muncitorilor Constructori de Mașini din America. (n.tr.).

Mai întâi, există elementul *creator*. În el se grupează dramaturgii, poeții, romancierii, compozitorii, sculptorii și așa mai departe, ca artiști creatori, diferiți de artiștii interpreți.

Urmează, apoi, elementul *diseminator* – instituțiile care îi transmit publicului opera creatorului. Aceste instituții de diseminare includ nu numai galeriile și editurile comerciale, ci și muzeele nonprofit, orchestrele simfonice, companiile teatrale și așa mai departe. În artele interpretative, uneori procesul de comunicare modifică însuși mesajul. Violonistul și actorul – agenți ai instituției de diseminare – sunt ei înșiși artiști, afectând partiturile pe care le preiau de la compozitor sau dramaturg. Dar acest lucru nu trebuie să umbrească faptul că diseminarea este un ingredient central al procesului cultural.

Pe al treilea plan, apare *consumatorul*, cumpărătorul de bilete, colecționarul de artă, cititorul.

Toate cele trei elemente – creator, diseminator, consumator – se întrunesc în ceea ce inginerii ar numi o relație de „feed-back": se afectează reciproc.

Merită să reținem că, în aproape toate discuțiile despre relația dintre cultură și democrație, s-a pus accentul pe creator sau pe consumator și doar rareori pe diseminator. Walt Whitman declara că „pentru a avea poeți mari, trebuie să avem și audiențe mari", subliniind astfel cele două elemente polare, dar ignorând faptul că mai sunt necesari și editorii, cu capital, curaj și gust. Aceeași atitudine se întâlnește în dezbaterea provocată de acuzația elitistă în sensul că arta și democrația ar fi incompatibile. Este de înțeles, din moment ce expansiunea consumului a fost cea mai dramatică trăsătură a boom-ului cultural. Ea, însă, deviază atenția dinspre o întrebare la fel de importantă și incitantă: cine controlează mașinăria diseminării culturii în America?

În sectorul profitabil al industriei culturale – sectorul care include editurile, fabricile de discuri, stațiile de transmisie, galeriile particulare de artă și altele asemenea – au loc numeroase schimbări. Unele dintre acestea, ca noul interes manifestat de Wall Street pentru afacerile editoriale, afectează controlul instrumentelor de diseminare a culturii. Dar nu există o unică tendință clară care să străbată toate zonele, afectând controlul în fiecare domeniu diferit de activitate. Dimpotrivă, printre instituțiile nonprofit de diseminare a culturii se distinge o singură mișcare amplă.

Astăzi, în mod complet neobservat și fără a i se face publicitate, se desfășoară o revoluție politică în consiliile directoare ale instituțiilor culturale nonprofit – o luptă pentru controlul asupra mijloacelor de diseminare. Liniile frontului de bătălie nu sunt deloc clar trasate. Chestiunile de bază rămân adeseori în umbra conflictelor de personalitate. Grupurile atrase în luptă diferă de la o comunitate la alta. De multe ori, divergențele par să fie strict locale. Dacă

răzbatem cu privirea prin culorile, zgomotul și praful bătăliei, iese la iveală un sistem semnificativ. Controlul este smuls din mâinile „vechii gărzi" de orientare elitistă, care reprezintă bogăția și poziția solidă în comunitate. Îl capturează tinerii activiști reprezentanți ai noii clase confortabile.

Pentru a înțelege acest sistem, este esențial să se perceapă un fapt central: puterea asupra instituției culturale nonprofit, fie muzeu, fie o orchestră, teatru sau trupă de balet, nu este exercitată în mod normal de spectatori, ci de către patron. Cu câteva excepții, instituțiile de acest gen funcționează în pierdere. În fiecare an, diferența dintre costurile totale și beneficiile câștigate din vânzarea biletelor, a produselor sau a serviciilor trebuie să fie acoperită prin contribuții voluntare ale patronilor. De fapt, cu un patronaj suficient, este teoretic de conceput ca asemenea instituții să existe aproape independent de consumator.

În tot timpul trecut de la Războiul Civil și începuturile dezvoltării marilor averi industriale din Statele Unite, instituția nonprofit tipică a depins de câțiva „îngeri" fabulos de bogați. Numele acestor patroni ne-au parvenit gravate în marmură, deasupra portalurilor de la instituțiile pe care le-au fondat sau le-au stimulat. Erau oameni care, dintr-o mișcare de stilou, puteau să înzestreze un muzeu sau să subvenționeze o orchestră. Unii erau sincer interesați de arte. Pentru alții, cultura nu era decât un mijloc de dobândire a prestigiului. Iar în cazul altora, aceste motive se amestecau cu o dorință conștientă de a îngrădi privilegiile clasei și ale bogăției contra ascensiunii democrației. Henry Lee Higginson, financiarul care în 1881 a fondat Filarmonica din Boston, a exprimat această atitudine când, scriindu-i unei rude, a avertizat asupra necesității de „a ne salva, cu familiile și banii noștri, de gloate".

Merle Curti, care citează această scrisoare în *The Growth of American Thought*[2], ne spune de asemenea că „atunci când setea de omagii îi îndemna pe noii îmbogățiți să se scobească prin buzunare pentru construirea Muzeului Metropolitan din New York, vechea aristocrație îi trata cu răceală, sub motivul că nu erau gentlemeni."

Consiliile directoare și organizațiile de membri care fac parte din structura oficială a instituțiilor ca orchestrele și muzeele au fost, încă de pe vremurile acelea, marcate de tensiunile politicii interne și concurența pentru proeminență și prestigiu. Dar, atâta vreme cât distribuția avuției în America și-a menținut forma piramidală, aceste organizații au fost dominate de patronul individual și bogat care, prin intermediul lor, controla politicile instituțiilor de diseminare.

Ceea ce se întâmplă acum este o spargere a acestui control. Întrucât există mai multe instituții care revendică ajutoare financiare și din cauza impozitării

2. „Dezvoltarea gândirii americane". (n.tr.).

progresive, în prezent mai există doar relativ puțini milionari autentici care pot sau sunt dispuși să ia în mână acel puternic stilou. În consecință, instituțiile culturale au fost nevoite să caute sprijin financiar din partea clasei confortabile, dintr-a noilor îmbogățiți, dintr-a firmelor de afaceri și a altor elemente din comunitate, precum și din partea bogătașilor din generația veche.

Cât de departe a ajuns această lărgire a bazei patronajului reiese clar din recenta depoziție a Ligii Orchestrelor Simfonice Americane în fața unei comisii parlamentare, cu prilejul discutării unei propuneri de schimbare fiscală care ar fi afectat tratamentul aplicat micilor donatori. „În trecut", a declarat Liga, „povara contribuțiilor la orchestrele simfonice era suportată doar de foarte puțini patroni. Mutațiile economice din ultimii cincizeci de ani au schimbat situația. În prezent, orchestrele simfonice trebuie să caute contribuții relativ modeste, din partea multor oameni și firme."

Filarmonica din Boston a domnului Higginson, indica mărturia, depinde acum de „contribuții anuale din partea a peste 4000 de persoane, pentru a acoperi costurile anuale de funcționare, în valoare de peste 2.000.000 $."

În ansamblu, continua mărturia, „aproape o treime de milion dintre persoanele individuale și firmele acestei țări contribuie anual la sprijinirea acestor orchestre. Simplul număr al acestor contribuții vă dă un indiciu despre natura lor. Peste 85 la sută din numărul total al contribuțiilor către orchestrele simfonice reprezintă sume mai mici de 100 $. Anul trecut, 2000 din 2500 de contribuții pentru Orchestra din Philadelphia au constat în sume sub 100 $. Sistemul se repetă la fiecare orchestră – mare sau puțin cunoscută – în toate orașele – mari și mici." Se poate observa că aceeași schimbare s-a produs și în sprijinirea muzeelor și a altor instituții culturale nonprofit.

Nu ne putem aștepta ca o atât de amplă mutație în sistemul sprijinului economic al artelor să se producă fără a antrena în urma ei schimbări în controlul politic intern al acestor instituții. Și, de fapt, a fost însoțită de o revoltă a clasei confortabile. Reprezentanții noilor patroni cer și câștigă locuri în comitetele care controlează instituțiile de diseminare culturală. Aduc cu ele un val de energie proaspătă, entuziasm și idei.

Această revoltă politică a clasei confortabile este ilustrată concludent de cele întâmplate în Detroit de la sfârșitul războiului încoace. Detroit, mult timp un oraș industrial afumat, imun la strălucirile culturii și, de fapt, aproape un simbol al aridității culturale, a suferit în perioada postbelică remarcabile schimbări de structură economică și socială. După ce până în 1945 a avut o distribuție a avuției mai acut polarizată decât majoritatea celorlalte, în anii trecuți de-atunci, orașul Detroit a trăit modificări fundamentale în caracterul industriei sale. Deși orașul continuă să producă 22 la sută din asamblările de automobile din țară, industria auto s-a descentralizat intens. Astăzi, străinii ar

putea fi surprinși să afle că numai patruzeci la sută din forța de muncă din Detroit mai este angajată în producția de mașini, piese și echipamente. Nu mai puțin de 57 la sută din forța de muncă a orașului este ocupată de muncile străine fabricației – transporturi, reclame, edituri și alte forme de servicii și activități de birou. Aceste fapte ajută să se explice noua stare de spirit a orașului. Un observator afirmă: „Aici lucrează zeci de mii de oameni foarte talentați și instruiți. Au soții care și ele au urmat colegiul. Acești oameni cer ca în orașul lor să existe calitate culturală." Nici nu mai este necesar să adăugăm că respectivii fac în mare măsură parte din clasa confortabilă și că noua stare de spirit menționată include un mare ferment artistic. Au răsărit noi organizații și instituții culturale, cele vechi s-au fortificat, astfel că actualul oraș Detroit nu mai poate fi exclus de pe harta culturală, ca altă dată. În cadrul acestui proces, însă, natura patronajului și controlul asupra instituțiilor de diseminare au suferit și ele modificări drastice.

În tot timpul anilor patruzeci, de exemplu, Filarmonica din Detroit fusese jucăria unui milionar din industria chimică numit Reichhold, care îi acoperea deficitele și o numea, cu candoare, „orchestra mea". Când se plângea cineva de programele sau calitatea orchestrei, Reichhold reacționa cu trufia unui papă din Evul Mediu. „Îmi place acest mod de a cânta", se afirmă despre el că a spus, „și e genul de muzică pe care îl va asculta orașul Detroit."

După o dispută aprinsă în sânul orchestrei, în 1949, Reichhold și-a retras dintr-o dată sprijinul. Orchestra și-a împachetat instrumentele, iar Detroit a devenit cel mai mare oraș din țară fără filarmonică.

Doi ani mai târziu, în fierberea celei de-a doua sute cincizecea aniversare a orașului, s-a lansat un efort pentru a reconstitui orchestra pe baze noi, mai democratice. Campania era condusă de un gentleman vioi, cu fața ca o lună, John B. Ford, șeful uzinei chimice Wyandotte. Neînrudit cu familia Ford a magnaților de automobile dar având relații înalte, Ford a putut aduna în două săptămâni un sfert de milion de dolari pentru o nouă orchestră, propunând o formulă care de atunci a primit denumirea de Planul Detroit. Conform acestui sistem, un înger individual ca Reichhold este înlocuit de un grup de corporații, fiecare contribuind cu aceeași sumă de bani pe an – zece mii de dolari – și beneficiind de câte un loc în comitetul director al orchestrei. Sindicatul muzicienilor și câteva fundații donează sume echivalente și sunt de asemenea reprezentate.

Baza patronajului se lărgește și mai mult prin campanii anuale pentru mici contribuții din partea altor firme și dintr-a publicului. În total, orchestra primește acum contribuții din circa 3000 de surse diferite, individuale și corporatiste. În 1958, s-au pus bazele unei grupări independente, numită Societatea Contribuabililor. Aceasta este compusă din mici donatori care sunt de acord să dea în fiecare an câte o sumă fixă, fără a li se solicita s-o repete. Organizatorul

acestui grup a fost un avocat de drept imobiliar născut în Indiana, pe nume Harold O. Love, care a fost prompt răsplătit pentru eforturile sale cu un loc în comitetul director al orchestrei. „Love a năvălit aici ca o morișcă. E dracu' gol", afirma un instrumentist. „Si a trezit și interesul altora." Love l-a adus pe doctorul Alfred Thomas jr., un avocat negru, care a încercat să obțină sprijin pentru orchestră din comunitatea negrilor de clasă medie și a devenit membru în comitetul director. De asemenea, Love l-a atras pe Alan E. Schwartz, un avocat evreu, care în curând a fost promovat în comitetul executiv al orchestrei. S-au făcut de asemenea eforturi pentru a mări contribuțiile din partea comunității evreiești. (Incidental, colectorii de fonduri sunt extrem de sensibili la configurația economică și sociologică a comunității lor și urmăresc cu atenție schimbările din cartiere, sistemele de comerț cu amănuntul și alte indicii care-i ajută să depisteze surse de patronat necaptate.)

O democratizare similară a fost evidentă și în alte instituții. Procesul nu a decurs întotdeauna lin, dar a adus în viața culturală a orașului un grup de personalități dinamice și harnice. Cel mai important dintre aceștia este Larry Fleischman, a cărui ascensiune merită o scurtă digresiune, în măsura în care oferă informații interesante despre curentele care animă artele în Detroit.

Fleischman este un băiat întreprinzător al cărui tată avea două magazine de covoare și un motel. Dintotdeauna interesat de arta plastică și fotografică, începuse să cumpere tablouri ieftine încă dinainte de a termina colegiul – spre amărăciunea familiei, care îl asigura că numai milionarii colecționează opere de artă. În 1962, Fleischman căuta lucrări de pictori americani necunoscuți. Această activitate l-a adus în contact cu Edgar P. Richardson, pe-atunci director al Institutului de Arte din Detroit.

Cu ajutorul lui Richardson și al propriei sale experiențe, Fleischman a ajuns să-și dea seama cât de puține se știu despre moștenirea artistică a Americii. „Descoperi", spune el indignat, „că arta americană este retrogradată. Descoperi că în nici o universitate americană nu există o catedră de artă americană."

Abia în 1953, în timp ce făcea cercetări despre trecutul unui pictor numit Quidor, lui Fleischman i-a venit o idee pentru a remedia această situația de ignoranță nu tocmai senină. Cu încurajarea lui Richardson, Fleischman a creat pur și simplu, pornind de la zero, o instituție numită de el Arhivele de Artă Americană. Scoțând din buzunar 250$ pentru a pune afacerea pe roate, el și Richardson au pornit să adune fonduri și sprijin pentru noua idee. Richardson a convins-o pe doamna Edsel Ford, membră în comitetul director al Institutului de Artă, să lucreze în comitetul embrionarelor Arhive. Fleischman, pradă unui impuls, a luat telefonul și l-a sunat pe Vincent Price[3], pe care

3. Celebru actor de filme horror, remarcat în rolurile principale din „Tronul sângelui", „Generalul vânător de vrăjitoare", serialul „Dr. Phibes", reputat colecționar de artă. (n.tr.).

nu-l cunoștea, convingându-l rapid să facă și el parte din comitet. Nu peste mult, Arhivele aveau un comitet director impresionant și un buget de operare modest. Richardson le-a oferit spațiu în muzeul său.

Astăzi, Arhivele, aflate încă la Detroit, au un sediu în New York și cercetători care lucrează în Statele Unite și Europa. Echipe de experți scormonesc prin analele galeriilor, muzeelor și altor instituții de artă, înregistrând pe microfilm pentru Arhive tot ceea ce are legătură cu arta americană. Alte echipe intervievează pictori, iar Arhivele devin cu repeziciune cunoscute ca un tezaur de date pentru savanți și scriitori. Au primit o subvenție de 250.000$ de la Fundația Ford și, pe lângă aceasta, au un buget anual de circa 100.000$, acumulat prin viguroasele și imaginativele activități pentru strângeri de fonduri în care Fleischman e specialist. Recent, de exemplu, în cadrul unei colectări de fonduri rămasă fără îndoială printre cele mai neobișnuite ale tuturor timpurilor, Asociația pentru Mașini-Unelte din Detroit a sponsorizat o vânzare la licitație a sculelor și echipamentelor folosite în industria constructoare de mașini, în beneficiul Arhivelor. S-a câștigat suma de 71.000 $.

Succesul Arhivelor a atras în mod inevitabil atenția asupra lui Fleischman. U.S.I.A. l-a trimis în America de Sud, Grecia, Turcia, Israel și Islanda, pentru a ține conferințe despre arta americană. Fleischman a făcut primul pas spre reputația locală în 1959, când a fost invitat să intre în comitetul director al Societății Fondatorilor Institutului de Arte din Detroit. În subtila ierarhie a distincțiilor sociale din oraș, acest comitet, bastion al lumii bune, probabil că ocupă cel mai înalt rang printre instituțiile culturale. Muzeul este subvenționat de la bugetul orășenesc pentru salarii și întreținere, dar banii pentru achiziționarea operelor de artă provin din contribuții de la membrii Societății Fondatorilor. Fondatorii domină tonul și ritmul de activitate ale Institului și îi aleg pe mandatarii acestuia. La rândul lor, Fondatorii au fost dominați ani în șir de un mic grup somnoros din Grosse Pointe. Controlarea Fondatorilor de către acest grup a fost facilitată de o constituție și procedură de votare care anulau drepturile micilor contribuabili. Nimeni nu avea drept de vot dacă nu contribuia cu cel puțin 1.000$. Adevărat, nu era nevoie ca toți banii să fie donați dintr-o dată, dar omul care contribuia numai cu 100$ pe an trebuia să aștepte un deceniu până la a-și face glasul auzit. Astfel, în 1961, din cei 4674 de membri, au avut drept de vot 257 și, dintre aceștia, numai 120 au votat. În realitate, Fondatorii se aflau sub o dominație atât de completă din partea micii clici interioare a bătrânilor bogați, încât votarea oricum nu era decât o formalitate, deciziile se luau la cină, în jurul unei mese din Grosse Pointe.

În mod inevitabil, sosirea unui om cu energia lui Fleischman avea să perturbe echilibrul. La scurt timp după ce și-a preluat funcția, Fleischman a intrat în conflict cu „vechea gardă". Fleischman și Love, prietenul și tovarășul său

de „luptă“, au grijă să atragă atenția că până și Grosse Pointe are o „gardă tânără“ care nu reflectă conservatorismul și pasivitatea de care ei îi acuză pe bătrânii coloniști.

O mare luptă a avut loc în 1961. Fleischman, activ ca întotdeauna, a propus un efort general de colectare a un milion de dolari pentru o înzestrare comună a muzeului și a Arhivelor. „Făceam parte din conducere de o bună bucată de vreme și mă săturasem să mai văd totul rămânând de izbeliște fiindcă o gașcă de babalâci spuneau că nu se poate face. Vorbeam, tot vorbeam și nu se întâmpla nimic. Situația s-a agravat atât de rău încât, la o ședință de consiliu, am propus să demisionăm cu toții fiindcă oricum nimeni nu dorea să rezolve problemele muzeului.

Propunerea mea a provocat o reacție cutremurătoare. Efectiv, i-a însuflețit. Am cerut mai multe planificări, mai multă acțiune. Le-am spus că aveam nevoie de mai mulți bani pentru personal și salarii.“

Din această răfuială s-au luat mai multe hotărâri. Alvan Macauley, de la Banca Națională din Detroit, își încheia termenul ca președinte al Fondatorilor. Însă nu a mai candidat și a fost înlocuit de Ralph T. McElvenny, președinte al Michigan Consolidated Gas. Mai important, Anne Ford, pe-atunci încă soția lui Henry Ford și membră a comitetului, a acceptat nu numai să susțină ideea de mare efort conjugat a lui Fleischman, ci și s-o conducă în mod public. Doamna Ford era înrudită prin căsătorie cu liderul „vechii gărzi“ a Institutului, dar din diverse motive personale se alătura adesea celor ce puteau fi numiți „activiștii“ din comitetul de conducere.

Astfel au stat lucrurile până într-o zi când Richardson a primit un telefon de la medicul doamnei Ford, care l-a informat că pacienta nu avea posibilitatea să întreprindă un asemenea efort fizic. Atunci, spre dezgustul lui Fleischman, comitetul a abandonat întregul plan, în loc de a găsi o altă persoană proeminentă în fruntea campaniei. După care, Richardson, obosit să se tot lupte cu un buget pe sponci, a demisionat pentru a-și lua un alt post, în Est.

De atunci, orașul Detroit și-a ales un nou primar, mai tânăr, pe Jerome Cavanagh, care printre altele a manifestat interes și pentru necazurile Institutului. Cavanah n-a pierdut vremea și a înlocuit câtiva membri cu vechime ai Comisiei pentru Artă – forul municipal care canalizează fondurile publice spre Institut. Printre membrii Comisiei se numără câțiva care simultan fac parte din comitetul Fondatorilor. În urma noii influențe a lui Larry Fleischman în viața culturală a orașului, Cavanagh a promis recent să nu-l numească în Comisie numai pe el, ci și pe Harold Love.

Ascensiunea la puterea culturală a unei tinere și energice clase confortabile în Detroit nu este decât un simptom a ceea ce se întâmplă în zeci de alte orașe, pretutindeni doar sub forme ușor diferite. (Un membru al conducerii

Orchestrei Simfonice din Louisville, de exemplu, confirmând analiza de mai sus, descrie situația din orașul său în termeni oarecum diferiți. Suflul nou, afirmă el, provine de la familiile care s-au mutat recent în Louisville – tineri intelectuali și cadre de conducere care și-au asumat roluri importante în activitatea filarmonicii după ce „grupul ceaiurilor D.A.R." lăsase situația să se deterioreze.) Acest lucru ajută să se explice multe dintre șicanele și manevrele politice de culise care în ultima vreme însuflețesc și împestrițează ședințele comitetelor directoare ale instituțiilor de cultură.

Dar această analogie cu revoluția politică se poate extinde și mai departe, căci noua clasă în ascensiune a adus efectiv cu sine și o ideologie. Defilând sub drapelul democrației dezlănțuite, ea intră în luptă plină de fervoare evanghelistă. Sloganul său este „acțiunea", iar filosofia ei reprezintă exact opusul ideologic al artei pentru elite. Se bazează ferm pe ideea că instituțiile culturale trebuie să apropie cultura de mase, în loc de a aștepta ca masele s-o ceară.

Astfel, revolta clasei confortabile ne ajută să ne explicăm una dintre cele mai frapante tendințe culturale din ultimul deceniu, schimbarea radicală de atitudine adoptată de atâtea dintre principalele noastre instituții culturale. Multe au devenit aproape la fel de „orientate spre vânzări" ca firmele de afaceri. Ele acționează intens și conștient în scopul de a crea noi consumatori de cultură.

Ghilda Operei Metropolitane din New York a pus recent în scenă spectacole cu o versiune prescurtată după *Cosi Fan Tutte* pentru gimnaziile și liceele din toată regiunea orașului New York. Orchestrele simfonice de pretutindeni și-au înmulțit reprezentațiile speciale – concerte pop, concerte suburbane, concerte pentru copii. Micile ansambluri ale membrilor din orchestră fac turnee prin școli, pentru a le arăta elevilor cum arată și sună un grup de alămuri, unul de percuție sau un cvartet de coarde.

Schimbarea de poziție se evidențiază cel mai clar în muzee, cândva caracterizate prin austeritate rezervată. Astăzi, colecțiile sunt transportate afară din clădirile muzeelor, în locuri unde le poate admira un număr cât mai mare de oameni. Muzeul de Arte Frumoase din Dallas, de exemplu, menține prin rotație o colecție de tablouri în aglomeratul terminal al Aeroportului Love. Muzeul de Artă din Boston pune în circulație, pentru cluburi de artă, persoane individuale și școli, peste 60.000 de diapozitive color – cam de trei ori mai multe decât în urmă cu trei ani. Muzeul de Arte Frumoase din Richmond, Virginia, a devenit un lider în a găsi noi moduri de a forma un public de cultură. Nu numai că și-a deschis porțile seara, pentru cei care nu au vreme să viziteze muzeul în timpul zilei, dar a și trimis la drum primul „artmobil", cu o expoziție de tablouri și sculpturi în continuă schimbare. Programele de acest gen ilustrează spiritul fundamental nou în care instituțiile de cultură își abordează în prezent audiența.

În Detroit, politica esențială a stabilimentului cultural a fost pasivă, dacă nu chiar restrictivă. Dominate și frecventate de nobilimea preautomobilistică albă, anglo-saxonă, protestantă, a orașului, instituțiile le erau deschise tuturor celor care le căutau. Dar nimeni nu se ostenea să afișeze o inscripție de bun venit pentru negri, evrei, fermieri munteni, catolici, polonezi, italieni sau oricare alții. Institutul de Artă, o unitate publică, era administrat ca o rezervație privată. Concertele orchestrei se prezentau ca un eveniment monden, nu comunitar. „Vechea gardă" era mai mult decât mulțumită să lase situația astfel.

Un observator-participant afirmă despre Institutul de Artă: „Institutul nu a avut niciodată un program de voluntariat. Voluntari care să lucreze la biroul membrilor, să aducă flori și decorațiuni, să țină deschis un bufet cu cafele, să manevreze o centrală telefonică. Cei de acolo nu au nevoie de oameni. Nu vor acest gen de implicare a publicului. Tot ce aveau era un comitet de femei care nu făcea altceva decât să toarne ceai. Voiau să mențină totul la un nivel monden."

Fie că e privită ca nedemocratică, fie ca letargică, această politică reprezenta un afront adus evangheliștilor culturali dintre care, trebuie să accentuăm, Love și Fleischman nu erau decât doi. Astfel, tânăra gardă în ascensiune i-a conferit efloresceței culturale a orașului un aer parte de Chautauqua, parte de cruciadă. Mai mult, filosofia sa a fost larg adoptată chiar și de mulți oameni care, cu orice efort de imaginație, nu se încadrează în nici o definiție economică a clasei confortabile. Astfel, sentimentul de a merge cu evanghelia la cei nebotezați reiese din lamentația unui bibliotecar care spunea că atât de mulți muncitori ai orașului sunt din Sud și „niciodată n-au avut experiența unei cărți". Dar mai este prezentă și în atitudinea doamnei Romney, soția guvernatorului George Romney, care într-un an când conducea campania operei a vizitat întrunirile grupărilor etnice pentru a stimula vânzările și a comentat: „Credem că aici cultura le aparține tuturor oamenilor, nu ca în Georgia, unde nu este destinată decât înaltei societăți." (Mulți dintre revoluționarii clasei confortabile din Atlanta s-ar arăta lezați, fără îndoială, de această remarcă.)

Fervoarea misionară se exprimă la Detroit în discuții despre mutarea reprezentațiilor Operei Metropolitane de la Templul Masonic, care are o potcoavă cu diamante scânteietoare, unde toate familiile cu sânge albastru se întrec să obțină fotolii, la Teatrul Fox, unde distincțiile sociale sunt mai puțin vizibile în repartizarea locurilor. Mai apare și în folosirea repetată de către Harold Love a verbului „a expune", când vorbește de „a expune noi oameni culturii".

Se manifestă în mod flambaiant în operele de binefacere ale lui Harry Gregory Bradlin. Om de afaceri care arată, conform descrierii unui prieten, „ca un oberchelner glorificat", și care conduce un automobil rablagit. Bradlin

îi agață pe toți cei despre care crede că ar putea fi interesați de muzică, le oferă bilete gratuite la filarmonică și îi cinstește cu mâncare și vin la London Chop House, unul dintre cele mai bune restaurante din oraș. „Unii oameni râd de Bradlin", continuă prietenul său. „I-am auzit chiar pufnind pe la spate în timp ce se îndoapă pe cheltuiala lui. Dar el cheltuiește fiecare cent posibil inoculând oamenii cu artă – mii de dolari pe an. Ce-i rău în asta?"

Prozelitismul pasional pentru arte a apărut sub formă chintesențială într-un program de amploare orășenească pornit acum câțiva ani sub denumirea de „Aventura din Detroit". Inițiat de către doctorul William Birenbaum, pe-atunci vicepreședinte al Universității Wayne, programul a reunit laolaltă nouăsprezece dintre principalele instituții culturale ale orașului, pentru o serie de activități asociate. Aventura din Detroit a emis un calendar comun al artelor. A organizat așa-numitele „Conversații despre artă" – discuții în biblioteci, centre comerciale și săli de clasă, în cadrul cărora participanții aveau ocazia să cunoască artiști activi și să discute cu aceștia despre lucrările și ideile lor. Definiția artei era destul de largă pentru a include subiecte ca planificarea edilitară, iar un grup de discuție zbura în jurul orașului cu un avion, în timp ce edilul Charles Blessing le arăta principalele caracteristici ale orașului și problemele acestuia. „Conversațiile" au atras membri entuziaști. Un tânăr a venit cu mașina la Detroit din Perrysburg, Ohio, cale de 128 de kilometri, în șapte seri pe săptămână, pentru a lua parte la ele.

O dată pe an, începând de la inițierea sa din 1958, programul Aventurii atinge punctul culminant într-o mare „Conferință" de anvergură orășenească, pe tema largă à semnificației culturale. La Conferința din 1960, Birenbaum i-a adus pe poetul Quasimodo, romancierul Carlo Levi, Agnes De Mille, Sol Hurok, Robert Lowell și alții, pentru o serie de discuții în care să se compare calitatea vieții din Milano, în epoca Renașterii, cu cea din orașul Detroit contemporan. Un alt program, intitulat „Excursii în muzică" expedia grupuri camerale în școli pentru a cânta în fața copiilor, provocând printre altele un diluviu de scrisori de la elevi de șase și șapte ani mulțumind pentru *„very nice Orkschrro"* și *„onderfal mewick"*[4]. Birenbaum, care argumenta că într-o societate democratică arta trebuie să implice un spectru larg al publicului, nu doar o „elită cu cravate albe", a plecat între timp din Detroit, pentru a deveni decan al Noii Școli de Cercetări Sociale din New York. L-a înlocuit Hamilton Stillwell, un pedagog care, poate, este mai puțin cruciat. „Dar", spune Stillwell, „ne frângem gâtul pentru a ajunge la sindicaliști și la grupurile cu situație materială precară. Aceasta a fost ideea lui Bill Birenbaum și este și a mea."

E evident, deci, că are loc ceva mult mai subtil decât o democratizare

4. „Very nice orchestra" și, resp. „wonderful music": „orchestra foarte drăguță" si „muzica minunată". (n.tr.).

parțială a publicului artistic. Ascensiunea în poziții influente a unui nou gen de patron, originar din clasa confortabilă, reproduce cu exactitate apariția noului consumator de cultură. Aduce cu sine o deliberată campanie pentru a extinde și lărgi și mai mult audiența. De asemenea, semnifică debarcarea directorilor din „vechea gardă“ care se identificau cu ideologia artei-pentru-elite și înlocuirea lor cu elemente mai tinere, dedicate tocmai contrariului. Mandatarii și directorii din „vechea gardă“ formau baza politică a elitismului din cadrul sistemului cultural. Această bază este acum în curs de distrugere.

Evenimentele care au dus la formarea unui public de masă pentru artă, emergența noului gen de patron individual și declinul influenței elitiste transformă de asemenea relația dintre industria culturală și restul societății. Ele schimbă radical legăturile dintre artă și universitate, de exemplu, iar spre acestea trebuie să ne îndreptăm atenția în continuare.

6

Cultura în campus

Încă din zilele de glorie ale lui Mencken și Fitzgerald, campusul american a fost zugrăvit ca o matcă a insensibilității. În anii douăzeci, imaginea sa era compusă din whiskey, două părți, haină de raccoon, o parte, și cinci părți „tălâmbețe“. Astăzi, acea imagine a dispărut. Haina de blană a fost înlocuită cu halatul de laborator. Tipul de pierde-vară e declasat, iar campusul emană o nouă aură de scientism superstudios, de computere, reactoare și vrăjitorie matematică. Cu toate acestea, conform criticilor, încă mai producem tălâmbi. Campusul, insistă acesta, scoate pe bandă rulantă „barbari calificați“, la fel de inocenți în materie de cultură ca orice filistin cu ploscă din zgomotoșii ani nebuni.

O astfel de generalizare e discutabilă. Indiscutabil este faptul că universitățile și colegiile americane, parțial, ca reacție la asemenea nemulțumiri, cheltuiesc acum, pentru a-și „culturaliza“ populația, mai mulți bani, timp și energie decât oricând în istorie. Aproape neobservate, artele au intrat în lumea studiilor superioare. A început o penetrare atât de entuziastă și de larg răspândită, încât ea reprezintă o schimbare fundamentală în ecologia culturii americane. Schimbă canalele de distribuție prin care muzica, artele plastice, dansul și teatrul ajung la publicul lor. Creează o nouă clasă de manageri culturali în campus. Modifică poziția artistului și caracterul artei. Schimbă atât climatul vieții în campus, cât și programa analitică.

Colegiile zilelor noastre oferă o gamă largă de cursuri artistice, nu numai de „apreciere“ ci și de creativitate aplicată. Chiar și în școlile științifice și tehnice, studenții pictează, joacă teatru, sculptează, se confruntă cu problemele complexe ale creației. Absolvenții cu diplome în artele frumoase ies în fiecare an cu miile din campusuri. Simultan, artiști de reputație națională vin să locuiască și să lucreze în campusurile universitare sau de colegiu unde, amestecându-se cu personalul facultății și cu studenții, introduc un strop de temperament creator în atmosfera academică uneori aridă. Astfel, Universitatea din Buffalo a fost vizitată de Cvartetul de Coarde din Budapesta. Pictorul Aaron

Bohrod și romanciera Elizabeth Bowen au venit în Wisconsin. Nume ca Roy Harris apar cu o frecvență crescândă în cărțile de telefon ale campusurilor.

Deșteptarea culturală a campusului se manifestă și într-o fenomenală proliferare a activităților artistice de amatori din afara programului de cursuri. Studenții pun în scenă piese de teatru și concerte cel puțin din 1754, când un vizitator într-un mic colegiu din New Jersey (metamorfozat, de-atunci, în Princeton) a relatat că „2 tineri gent. din colegiu au jucat «Tamerlan și Baiazid», &c." Dar niciodată nu a existat ceva comparabil cu actuala dezlănțuire a expozițiilor, spectacolelor dramatice, comediilor muzicale, operelor, recitalurilor de dans și concertelor studențești. Studentul cu înclinații estetice nu mai este un paria „pletos".

Dovezi și mai concrete ale noii atitudini față de artă se găsesc în boom-ul construcțiilor care schimbă la față campusul american. Colegiile construiesc noi cămine, săli de clasă, laboratoare și biblioteci. De asemenea, însă, ele toarnă milioane de dolari în crearea unor magnifice spații pentru studiul și savurarea artelor. Nu demult, Dartmouth a deschis un centru cultural în valoare de 7,5 milioane de dolari, cu tot cu amfiteatru, scenă, studiouri, galerii și săli de repetiții. Centrul Loeb de la Harvard, în valoare de două milioane de dolari, include o sală de spectacole cu 600 de locuri și un teatru experimental cu 100 de locuri, iar școala tocmai a terminat de construit un nou Centru de Arte Vizuale – prima clădire americană proiectată de Le Corbusier. Brandeis a investit 660.000 $ în studiourile artistice. Universitatea de Vest din Virginia construiește un „centru de creație artistică" pentru operă, balet și concerte. Universitatea de Stat din Tempe, Arizona, înalță un amfiteatru cu 3.000 de locuri și clase pentru cursurile de arte plastice, muzică și teatru. Impresionanta clădire, concepută de Frank Lloyd Wright, va costa 2,8 milioane de dolari. Instituțiile mai mici, cum ar fi Colegiul din Idaho, care nu demult a deschis o sală de concerte valorând 600.000 $, reverberează și ele de zăngănitul macaralelor și bocănitul ciocanelor. Prin toate campusurile răsar muzee de artă și s-a estimat cu largă aproximație că, până în 1970, se vor construi săli de spectacole noi în nu mai puțin de 750 de colegii.

Dar cea mai spectaculoasă și fascinantă manifestare a boom-ului cultural în campus se găsește în noul rol pe care și l-a asumat în mod tacit colegiul – rolul de impresar local. Impresarul, conform unei definiții de dicționar, este „proiectantul" unei întreprinderi culturale. El e omul care dă banii, închiriază sala, aduce talentele și pune în scenă spectacolul. Astăzi, un număr estimativ de 500 de colegii și universități au intrat în afacerile de impresariat artistic. Cumpără, rezervă și – în propriul lor mod laic – fac reclamă. Vând bilete, numără încasările și scot profituri pentru a ajuta să se finanțeze tot mai multe și mai multe activități culturale. Acest lucru înseamnă că, în anumite orașe, impresarii

comerciali locali fac față unei noi și dure concurențe. După cum vom vedea, nu toți o întâmpină cu bucurie. Însă și mai important este că în sute de comunități prea mici pentru a susține o antrepriză comercială de cultură s-a creat în acest fel o agenție cu funcția de a genera public artistic. Pe scurt, s-a întins o nouă curea de transmisie pentru arte. Un pedagog o numește „versiune contemporană, sofisticată, a vechii Chautauqua". Dar e mai mult decât atât și contribuie la o descentralizare revoluționară a artelor din America.

Ca rezultat, în prezent, Colegiul Central-Nordic din Naperville, Illinois, organizează concerte cu Yehudi Menuhin și Risë Stevens. Universitatea din Lawrence, Kansas, o invită pe Joan Sutherland, Orchestra din Philadelphia și Grupul Bach Aria. Isaac Stern dă reprezentății la Colegiul de Stat Fort Hays din Hays, Kansas, iar Bayron Janis interpretează la Colegiul Wartburg din Iowa. În Augusta, Colegiul Medical din Georgia o prezintă pe Rosalyn Tureck, iar în Colegiul Loretto Heights din Colorado studenții asistă la recitaluri cu Giorgio Tozzi și Jean Casadesus.

Și aceste turnee ale unor mari talente muzicale nu sunt totul. Dacă, recent, Evgheni Evtușenko n-a reușit să-și declame poeziile la Princeton, vina a fost a tovarășului Hrușciov, nu a universității care l-a invitat căci, în zilele noastre, și poeții, pe lângă muzicieni, prezintă numere pe care revista *Variety* le-ar numi, probabil, „de senzație". Robert Frost, în ultimii ani de viață, umplea sala întotdeauna când vizita câte un campus, iar John Ciardi face afaceri prospere cu turneele de conferințe.

De asemenea, și oamenii de teatru încep să forfotească prin circuitul campusurilor. Actori ca Eli Wallach, Blanche Yurka, Walter Abel și Julie Haydon vin în școli ca Universitatea Millikin și Colegiul de Stat St. Cloud, pentru a ține prelegeri sau a juca, adeseori alături de trupele dramatice studențești.

De fapt, circuitul colegiilor a devenit un atât de activ achizitor de talente, încât reprezentanții artiștilor, cum ar fi Columbia Artists Management, Inc., sau Herbert Barrett Management, Inc., privesc campusul ca pe cea mai bună și în creștere mai rapidă dintre toate piețele importante. Agenții comerciali de teren ai companiei Columbia mi-au spus că în multe regiuni, inclusiv Estul, Sudul și Vestul Apropiat, școlile sunt răspunzătoare în prezent pentru peste 50 la sută din totalul vânzărilor. În cazul firmei Barrett, vânzările în colegii au ajuns să acopere peste 75 la sută din volumul total.

Canalizarea de talente în circuitul campusurilor le revine mai multor agenții importante. Numerele de atracție muzicală sunt trimise de reprezentanțe comerciale ca Barrett, Columbia sau Sol Hurok. Birourile de conferințe, cum ar fi Colston Leigh sau Harry Walker din Boston, aranjează turnee pentru poeți ca Ciardi. Oamenii de teatru sunt trimiși fie de proprii lor agenți, fie sub egida unei secții speciale a Academiilor și Teatrelor Naționale Americane care

a fost foarte activă în a stimula asemenea turnee. Pe lângă cele de mai sus, mai este o puțin cunoscută dar foarte eficientă organizație numită Programul de Arte al Asociației Colegiilor Americane. Acest grup trimite un flux regulat de artiști în circa 350 de colegii – în primul rând instituții mici, legate de biserică. În stagiunea 1963-64, de exemplu, Programul de Arte a expediat formații de muzică de cameră, o companie de dans, un mim, o mică trupă de teatru și un grup care cântă la instrumente antice, ca virginalul, viola da gamba, psaltrionul și cromornul. Norwood Baker, agreabila doamnă din Carolina de Sud care a supervizat ani de zile acest program, spune: „suntem diferiți de agenții comerciali care trimit talente, prin faptul că oamenii noștri trebuie să petreacă minimum două zile în fiecare campus și nu numai să interpreteze, ci și să le stea studenților la dispoziție pentru discuții, eventual să predea un curs de măiestrie și, în general, să se amestece cu cadrele didactice și cu studenții." Cererea de asemenea vizite depășește oferta. Din 1956 încoace, solicitările au crescut cu fiecare an și, după cum afirmă Miss Baker, „am fi putut servi încă două sute cincizeci de colegii, dacă am fi avut bani strict pentru administrație". (Programul de Arte nu e o afacere lucrativă; este parțial subvenționat prin subscripții de fundație.)

Nimeni nu știe exact cât cheltuiesc în prezent colegiile și universitățile pentru asemenea activități. Dar o întrezărire a câtorva mostre de buget sugerează anvergura acestei noi mișcări. Universitatea din Michigan, de exemplu, cheltuiește astăzi 150.000 $ pe an numai pentru plata artiștilor. Universitatea Indiana cheltuiește 85.000 $, U.C.L.A., Minnesota, Purdue – toate acestea au programe „impresariale" ample și bine finanțate. În Columbus, Universitatea Statului Ohio cheltuiește 60.000 $ pe an pentru aducerea talentelor.

Julius Bloom, care administrează un program cultural pentru Universitatea Rutgers din New Jersey, explică: „Operațiunea mea nu e mare. Nu am uzina și fac față concurenței de la New York, care e destul de aproape pentru a atrage spectatori de la Rutgers. Totuși, am 50.000 $ pe an ca să-i cheltuiesc cu artiștii. Îndrăznesc să spun că există cincisprezece școli cu bugete de peste 50.000 $ și multe, foarte multe în gama de 20.000 $–50.000 $." Un alt manager cultural de colegiu precizează: „Aș putea nominaliza douăzeci de școli numai din Ohio care cheltuiesc peste 20.000 $ pe an cu plata artiștilor."

Acestea sunt sume apreciabile. Totuși, ele reprezintă numai o parte din totalul care se cheltuiește astăzi pe activitățile culturale din afara cursurilor. Pe lângă onorariile pentru artiști, mai există articole de calculație ca salariile personalului, întreținerea sau chiria clădirilor, publicitatea, asigurările, deplasările etc. Astfel, la Universitatea Statului Ohio, de exemplu, alocația pentru plata artiștilor reprezintă sub 25 la sută dintr-un buget de programare culturală care totalizează aproximativ 250.000 $ pe an. Și nu este nici pe departe cel mai mare dintre bugetele de acest gen.

Programul de la U.C.L.A. a oferit în 1961-62 cincizeci și nouă de concerte, patruzeci de proiecții de filme, o sută zece conferințe, cincizeci și unu de reprezentații cu teatre profesioniste și optzeci și nouă de reprezentații ale teatrelor studențești, plus zeci de expoziții, recitaluri de dans și alte manifestări similare. Studentul care dorea să profite de toate putea petrece echivalentul a cel puțin două ore pe zi, timp de trei sute șaizeci și cinci de zile pe an, asistând sau participând. Acest program de ansamblu înregistrează o cifră anuală a vânzărilor de aproximativ 500.000 $ – în pofida faptului că multe dintre evenimente au intrarea gratuită pentru public. Pe lângă această sumă, universitatea însăși adaugă un mic supliment pentru a ajuta la acoperirea costurilor administrative. Rezultatul este acela că, numai în respectivul campus universitar, se cheltuiesc anual o jumătate de milion de dolari pentru activități din afara programei de cursuri.

Cifra de participare este și ea impresionantă. Programul U.C.L.A. atrage o asistență generală de 285.000 de spectatori în fiecare stagiune. La Universitatea din Wisconsin, audiența teatrală se ridică la circa 200.000. La Universitatea de Vest din Virginia, atât de mulți oameni se îmbulzesc la concerte, încât cozile încep să se formeze cu o oră înainte pentru ca spectatorii să fie siguri că apucă locuri, iar lucrurile stau aproape la fel și prin alte părți.

Vârful de lance al intrării colegiilor și universităților în afacerile culturale îl reprezintă un grup de bărbați și femei care constituie noua și încă necunoscuta profesiune a managementului cultural de campus. Un mare număr de școli continuă să-i traseze șefului Catedrei de muzică sau al celei de artă dramatică și vorbire misiunea de a organiza și desfășura un „serial de arte frumoase". Dar în numeroase instituții sarcina a devenit prea cuprinzătoare pentru o normă parțială sau un cadru amator, iar de coordonarea activităților artistice răspunde un impresar cu normă întreagă, adesea asistat de un întreg personal anex. La U.C.L.A., de exemplu, sunt necesari treisprezece angajați cu normă completă, cuprinzând programatori, agenți de publicitate, funcționari și contabili, pentru a ține în funcțiune complicata mașinărie culturală.

Profesiunea este atât de nouă, încât încă nu și-a format un nomenclator standard. Unii impresari de campus lucrează sub titlul de „manager de amfiteatru". Alții își spun „organizator de concerte" sau „director cu activitățile culturale". Totuși, profesiunea are deja propria ei organizație națională, Asociația Managerilor de Concerte în Colegii și Universități, o convenție anuală și o mică publicație de uz intern.

Merită să aruncăm o privire mai atentă la managerul cultural de colegiu. Este deosebit de instructiv să-l comparăm cu omologul său din afara campusului, impresarul comercial. Când facem acest lucru, observăm contraste

izbitoare, iar cele mai mari apar în Columbus, Ohio, oraș de reședință atât al Universității Statului Ohio, cât și al unui volubil gentleman numit Herman Amend. Amend este un om viguros și rumen la față, cu păr alb, ondulat, ochelari cu rame de baga și glas baritonal bubuitor, dar armonios. Poartă costum negru, cămașă de mătase albă și cravată de mătase.

„I-am prezentat aici pe cei mai mari“, mi-a spus Amend când l-am intervievat în cabina de audiție a principalului magazin de articole muzicale din Columbus. „Am studiat muzica și am lucrat în *show business*. Am fost cântăreț vocal. Apoi m-am întors în Columbus, iar aici avea loc o premieră. Aveau un impresar de mare succes. A murit și i-am luat eu locul. În ultimii treizeci de ani i-am prezentat pe cei mai buni. Acum tocmai am organizat o serie subvenționată și câteva numere de atracție în plus. I-am adus pe Jose Greco, Birgit Nilsson, Cliburn – atunci s-a adunat mulțimea cea mai mare din toate – 4.200 iar vreo două mii au plecat! Și-i avem pe Royal Scots Grey, o formație de cimpoaie.“

Până în urmă cu câțiva ani, domnul Amend era aproape singurul care importa muzică bună, formații de cimpoaie și alte asemenea bucurii în Columbus. Exista o organizație care aducea grupuri muzicale de cameră dar, întrucât acestea atrăgeau un public relativ restrâns și aveau un potențial comercial foarte mic, nu intrau în conflict cu activitățile lui Amend. Acum, însă, Amend se vede confruntat cu un membru din noua clasă a impresarilor de campus, numitul Donald H. Horton. La vârsta de cincizeci și cinci de ani, Don Horton este un om înalt, blând și modest la înfățișare, pe care nici mort nu l-ai prinde cu cămașă de mătase pe el. Umblă cu pași mari prin campusul Universității Statului Ohio, purtând o pălărie cu boruri tari, cravată vărgată și costum Ivy League. În mână duce o servietă diplomat. Fără ochelarii cu rame de aur care-i dau un vag aspect de modă veche, ar putea să pară un director al filialei Aviației Nord-Americane din Columbus. Deosebirea fizică de Amend sare în ochi.

Dar diferențele dintre cei doi răzbat mult mai adânc. Amend, asemenea multora dintre omologii lui din alte orașe, acționează mai mult sau mai puțin pe cont propriu. Nu are o investiție financiară prea mare în propriile-i afaceri. Nu dă socoteală în fața nimănui. Horton, pe de altă parte, e un om organizat. Are un personal de opt membri. E însărcinat cu administrarea unui amfiteatru valorând trei milioane de dolari. Și răspunde în fața unei universități de stat importante.

Când domnul Amend vrea să bată toba pentru formația sa de cimpoaie, cel mai probabil va intra într-un magazin universal local cu câțiva cimpoieri îmbrăcați în kilturi și va improviza un mic recital. Domnul Horton are nevoie si el să-si trâmbiteze marfa. Dar stilul său e cu totul diferit. (Biblioteca din

biroul lui afișează un exemplar din *The Hidden Persuaders*[1] de Vance Packard, iar alături, poate stânjenită de vecinătate, *Publicity for Prestige and Profit* [2].) Evitând pestrița agenție de presă a tradiționalului veteran din *„show biz“* [3], Horton emite o succesiune de comunicate de presă demne, pe ton moderat. Și întrucât reprezintă o instituție nonprofit importantă în comunitate, presa locală le oferă spații tipografice excelente, mai mari poate decât s-ar simți obligată să-i acorde oricărui întreprinzător comercial.

Acest lucru ilustrează încă o diferență dintre impresarii de stil vechi și nou. M-aș îndoi ca domnul Amend să fi simțit vreodată nevoia de a citi o carte despre publicitate. El are un fler înnăscut pentru așa ceva. Iar funcțiile sale sunt în contiună schimbare, imprecis definite, „nestructurate“, ca să folosim jargonul intelectual. Stând cu un ochi la gustul publicului din Columbus, iar cu celălalt la strigările managerilor artistici, își joacă rolul de intermediar strict după ureche. Prin contrast, Horton e mult mai conștient de sine însuși; rolul său e formulat clar. De exemplu, responsabilitățile lui apar conturate pe trei pagini dactilografiate la un rând, cu „descrierea funcției“, care declară, printre altele:

> Supervizează întreg personalul Amfiteatrului (...) este principalul răspunzător pentru tot ceea ce se întâmplă în Amfiteatru, cu privire la prezentarea programului; întreținere gospodărească, funcționarea casei de bilete și operarea afacerilor. (...) Acționează ca purtător oficial de cuvânt din partea Amfiteatrului (...) așteaptă artiștii și vorbitorii la gară sau la aeroport și îi conduce la hotel. Aranjează ore de repetiții pentru artiști. Organizează recepții sau dineuri. (...) Asigură divertismentul incidental al artistului (...) îl instruiește pe directorul de scenă cu privire la eclerajul și mizanscena potrivite (...) supraveghează condițiile de încălzire și aerisire, degajarea zăpezii, curățenia în incintă. (...)

Și așa mai departe. Totul e explicitat.

Sub supervizarea lui Horton, Amfiteatrul Mershon de 3.000 de locuri de la O.S.U. prezintă în fiecare an opt spectacole mari în cadrul Seriei Marilor Artiști. În stagiunea 1962-63, acestea au fost: recitaluri Rudolf Serkin și Adele Addison; reprezentații cu Corala Robert Shaw, Compania de Operă a Orașului New York, Baletul Național din Canada, Orchestra Simfonică din Hamburg și Orchestra San Pietro din Neapole, un ansamblu cameral. Programul a fost rotunjit cu o seară de citate din Shakespare, în lectura actorilor Helen Hayes și Maurice Evans.

1. „Convingătorii ascunși“. (n.tr.).
2. „Publicitate pentru prestigiu și profit“. (n.tr.).
3. Prescurtare argotică pentru show business, „lumea spectacolului“ - vezi mai sus. (n.tr.).

În plus, a avut loc de asemenea o a doua serie, cuprinzându-i pe Robert Frost, Judith Anderson, Jose Limon, Carlos Montoya, Corul de Băieti din Texas, un grup de muzică și dansuri populare grecești, Earl Wrightson și Lois Hunt. În sfârșit, a avut loc o a treia serie, mai scurtă, dedicată muzicii jazz și pop – Brubeck, Four Preps *et al.* – plus o diversitate de atracții singulare. Concepând aceste programe, O.S.U. încearcă vizibil să le echilibreze – să atragă, să distreze și să-și „însuflețească" spectatorii.

Contribuțiile domnului Amend la viața culturală din Columbus de-a lungul anilor nu au de ce să fie derogate, dar principalul său imperativ, în calitate de operator comercial, este cel financiar. În cadrul restricțiilor proprii economiei de profit, sortimentul său de programe poate fi bun sau rău, dar alegerea îi aparține numai lui. Banii investiți sunt ai lui. Riscul de a da un mare rateu e al lui. Gusturile sunt ale lui.

Situația domnului Horton este cu totul diferită. Banii, evident, nu sunt ai săi. Nu există un imbold speculativ: nu poate, în nici o situație, să rateze. Mai mult, deși se așteaptă din partea lui să-și echilibreze balanțele contabile, primește o diversitate de subvenții de la universitate. Acestea îi atenuează problemele financiare, dându-i posibilitatea de a programa, cel puțin ocazional, și câte ceva mai excentric sau ezoteric. În sfârșit, și cel mai important, programarea nu e hotărârea sa personală. Ea rezultă din discuțiile cu un comitet consultativ format din decanul conservatorului de muzică, șeful Catedrei de vorbire, un profesor de engleză, un decan administrativ, doi studenți și diverși alți funcționari și membri ai facultății.

Consecința unui sistem ca acesta constă într-un impresar turnat după un tipar întru totul nou. Poate lamentabil, flamboianța și îndrăzneala impresarului de stil vechi au fost eliminate. Nu mai este loc pentru capricii individuale, preferințe sau fler, în acest decor raționalizat și instituționalizat. Dar slăbiciunea atât de des asociată cu impresarul de stil vechi a fost de asemenea diminuată sau eliminată. Toate vestigiile filosofiei de tip Barnum au murit.

Astăzi, în Columbus se poate observa ascendența impresarului de campus și declinul întreprinzătorului comercial. Domnul Horton, nu domnul Amend, este acum principalul importator de cultură al orașului, iar domnul Amend, în mod normal amiabil, o știe. Și declară cu vehemență: „Am de suferit, fiindcă universitatea aduce toate chestiile alea. Nu e vorba numai de audiență. De pildă, eu vreau să-mi rezerv *Tosca* cu trupa Boris Glodovsky, dar s-au luat și după el. Horton e un băiat minunat și mi-e prieten. Îmi place. Dar dacă era nevoie de mai multe atracții în Columbus, noi, în calitate de promotori, le-am fi adus. Aș zice că cei de-acolo, de la Ohio State, nu fac bine ce fac. Au treizeci de mii de studenți și patru mii de membri ai facultății, și totuși trebuie să vândă bilete marelui public! Treaba lor ce fac, dar ar trebui să rămână în campus."

După acest atac destul de înfierbântat, Amend oftează dramatic: „Oof, îmi pierd curajul de a lupta!“

Oficialitățile O.S.U., din partea lor, reacționează cu indignare la acuzația că șuntează întreprinderea privată. „Într-o comunitate de aceste proporții“, declară decanul Ronald B. Thompson, superiorul lui Horton, „avem și alte grupuri care aduc atracții culturale. Dar nu e decât cel mai logic lucru ca o universitate să preia conducerea și chiar să subvenționeze cultura de înaltă calitate. Realitatea este că am stimulat o cerere de anvergură comunitară a serviciilor culturale. Noi extindem publicul artistic, nu îl îngustăm. Oamenii de afaceri mi-au spus-o în repetate rânduri.“ Lărgind audiența, sugerează domnul Thompson, universitatea ar putea, în perspectivă, chiar să ajute afacerile domnului Amend.

Ar fi mare păcat dacă, într-adevăr, domnul Amend și-a pierdut voința de a lupta. Perfect, concurența acerbă în „afacerile culturale“ este o noutate înviorătoare, în majoritatea orașelor. Totuși, rămâne faptul istoric că întreprinzătorul individual, impresarul local, a intrat în declin ca factor al „pieții de cultură“ încă dinainte de începuturile boom-ului culturii de campus. În orașele cu adevărat mici, un Amend nu poate exista fiindcă piața e prea mică. În orașele de mărime medie, cum este Columbus, Amend rămâne mult timp singura sursă de talente artistice vii. Dar când un asemenea oraș începe să-și dezvolte instituții culturale indigene, ca o orchestră simfonică sau un balet civic, nevoia de servicii ale importatorului de talente prinde să scadă. Acest lucru poate explica faptul că impresarii comerciali, cândva coloana vertebrală a sistemului de distribuție muzicală și teatrală, s-au împuținat până la doar câțiva în toată țara. Astăzi, ei mai supraviețuiesc numai în marile centre, unde piața e destul de cuprinzătoare ca să suporte atât instituțiile locale de cultură, cât și „importul“ de talente. Dacă e adevărat că, în orașele de proporții medii, ascensiunea colegiului ca întreprinzător cultural accelerează lichidarea impresarului comercial, acest lucru trebuie să fie pus în balanță cu două avantaje importante. Mai întâi, genul de operațiune nonprofit pe care o coordonează colegiul e de preferat. Conține potențialul unor programări mult mai bune decât și-ar putea permite orice comerciant cultural presat de profituri. Apoi, în sute de comunități, intrarea colegiului în programarea artistică nu a sufocat întreprinderea privată; n-a făcut decât să umple un gol. Care ar fi, de exemplu, viața culturală a orașului Bloomington, Indiana, fără programele Universității Indiana?

O dată ce leviathanul cultural al campusului s-a pus în mișcare, n-a mai fost decât o problemă de timp înainte ca energia sa să-l poarte dincolo de simplul import de talente, până în sfera *producției* culturale – mai exact spus, a producției profesioniste, nu doar a activității studențești de amatori.

În octombrie, 1962, la Ann Arbor, Universitatea din Michigan a invitat cinci sute de intelectuali, oameni de afaceri și lideri civici pentru a asista la un spectacol cu *School for Scandal* [4] de Sheridan. Era o avanpremieră, declanșând o stagiune teatrală de douăzeci și două de săptămâni, pe care o organizase o nouă companie rezidentă, cu profesioniști plătiți, de calitate excepțională. Compania, *Association of Producing Artists*[5], este compusă din actori de pe Broadway cu experiență, ca Rosemary Harris, Anne Meacham, Will Geer și Cavada Humphrey. Conform termenilor unui contract de trei ani cu Programul de Teatru Profesionist al universității, A.P.A. a jucat în Ann Arbor și a făcut turnee prin Michigan. Numai în primele câteva luni de activitate, a acumulat o cifră de participare totală de 60.000 de spectatori.

Alte universități au înființat companii de teatru profesionist încă mai devreme. U.C.L.A., Baylor și Princeton au programe de teatru profesionist de un gen sau altul. Dar programul din Michigan, implicând reținerea unui dramaturg rezident, o serie de conferințe ale vedetelor invitate, calitatea de membru pentru absolvenții promițători, expoziții relative la teatru, toate pe lângă simpla producție de spectacole, e unul dintre cele mai ambițioase. Ca atare, a atras observatori de la universități din toată țara. La fel s-a întâmplat și cu Teatrul Tyrone Guthrie din Minneapolis, care s-a deschis în 1963 și este legat de Universitatea din Minnesota. Între programul din Michigan și inaugurarea teatrului Guthrie, s-au aprins focuri și prin alte localități.

Privind toate acestea din afară, observăm un sistem aplicabil și celorlalte discipline artistice. Nu pare o îndrăzneală prea mare aceea de a prezice că, nu peste mult, colegiile și universitățile ar putea începe să cocheteze cu producția de operă și balet profesionist. S-a propus deja, cu deplină responsabilitate, ca universitățile să adopte orchestre profesioniste în pauzele dintre stagiuni.

Ceea ce se întâmplă este un experiment în materie de patronaj. Artele au fost mult timp slabe din punct de vedere economic, în comparație cu învățământul superior. Mai mult, colegiile și universitățile sunt mult mai avansate în tehnicile de colectare a fondurilor, în administrarea științifică a resurselor, în dezvoltarea legăturilor cu industria, fundațiile și alte surse de capital. Astfel, vedem cum artele caută – și primesc – ajutorul unui sector mai mare și mai bine organizat al economiei nonprofit.

Ce efect au toate acestea asupra comunității, asupra artistului și a calității artistice? În toate cele trei categorii, răspunsul este încurajator. Pentru campus și pentru comunitatea sa înconjurătoare, elanul activității culturale sponsorizate de colegiu înseamnă o lărgire a posibilităților. Există o creștere netă

4. „Școala bârfelilor". (n.tr.).
5. Asociația Artiștilor de Producție. (n.tr.).

în numărul și diversitatea experiențelor artistice aflate la dispoziția publicului. Acest fenomen nu are numai o valoare imediată, ci reprezintă și o investiție de viitor; încurajând asistența și participarea studenților, colegiile formează un public. Așa ceva are o imensă semnificație de perspectivă pentru instituțiile artistice din afara campusului.

De asemenea, colegiile constituie publicul de mâine depășindu-și perimetrul propriei populații. Astfel, Colegiul de Stat din San Francisco și multe alte școli acordă o mai mare importanță teatrului pentru copiii din comunitățile aferente. Teatrul McCarter de la Princeton desfășoară și el un program de tineret, sub auspiciile căruia liceenii vin cu autobuzul să vadă piese pentru adulți, jucate de profesioniști.

În plus, colegiile afectează comunitatea servind ca pepiniere de resurse pentru instituțiile locale de artă. Pe măsură ce facultățile de artă din universități se extind, membrii lor radiază în comunitate și își găsesc locuri în instituțiile locale de cultură consacrate, sau ajută la crearea altora noi. În Columbus, dirijorul orchestrei simfonice, concertmaistrul și primul violoncelist sunt membri ai facultății de la Ohio State. Conform cuvintelor de laudă ale unui avocat local cu care am discutat, „n-am fi putut avea orchestra pe care o avem, dacă nu era O.S.U. Universitatea aduce în oraș muzicieni care altminteri nu ne-ar lua în seamă." În Cheney, o suburbie a orașului Spokane, Washington, președintele departamentului de artă al Colegiului de Est din Statul Washington a ajutat să se organizeze o expoziție cu opere de artă locală. Expoziția a fost predată bibliotecii publice din Spokane, iar abonaților li s-a permis să împrumute gratuit tablourile. Cazurile de acest gen ilustrează relațiile imaginative, complexe și utile care încep să se formeze între comunitățile orășenești și cele academice, anterior aflate într-un antagonism tradițional.

Uneori colegiile, sau populațiile lor, iau măsuri organizate pentru a stimula instituțiile artistice locale. În Nashville, Consiliul Cluburilor Studențești de la Universitatea Vanderbilt ajută Filarmonica din Nashville cu campanii regulate pentru acumularea de fonduri, trimițând studenții anului întâi din casă în casă. În Northampton, Massachusetts, Colegiul Smith a cooperat cu administrația teatrului local pentru a atrage spectacole ambulante de pe Broadway în turneu. A trimis circulare la părinții studenților, îndemnându-i că cumpere bilete de subscripție la teatru pentru copiii lor.

Pe baze mai reciproce, Universitatea din Cincinnati își trimite absolvenții de la arte să studieze istoria artei la muzeul local. În Washington, D.C., absolvenții la teatru ai Universității George Washington primesc acreditări academice pentru munca depusă la Arena Stage, teatrul profesionist din Washington, cunoscut în toată țara. Asemenea eforturi conjugate îmbogățesc programele educative și în același timp ajută la întărirea instituțiilor locale de

artă, fixându-le mai adânc rădăcinile în comunitate. Putem foarte bine să vedem tot mai multe asemenea activități, pe măsură ce și alte orașe își vor dezvolta instituțiile culturale indigene.

Totodată, colegiile își dezvoltă legături organizatorice oficiale cu grupările de artă din comunitate, uneori inițiind activități conjugate pe toată gama socială. De exemplu, în Detroit, Universitatea de Stat Wayne, sub direcția vicepreședintelui său de-atunci William Birenbaum, a preluat conducerea în a crea programul Aventurii din Detroit descris mai sus. În Winston-Salem, Carolina de Nord, unde grupurile culturale locale sunt unite într-o largă federație, un membru al acesteia este și Colegiul Wake Forest. Același lucru se întâmplă și în alte orașe.

Asemenea legături în formare dintre comunitatea academică și instituțiile locale de cultură pot fi stimulative reciproc. Pot ajuta la ridicarea nivelului de gust și performanță la ambii participanți, difuzând artele prin societate. Dacă noul interes al campusului față de artă are un efect salutar asupra comunității, în ce mod poate el afecta artistul?

Pentru artist, imaginea e mai complicată. De exemplu, s-au semnalat multe critici la adresa programelor cu rezidență internă. Nu este momentul să reluăm toate controversele dar, pe scurt, se susține că, oricât de fructuoasă poate fi pentru studenți și facultate o perioadă de rezidențiat, aceasta este de obicei sterilă pentru artist – artiștilor fiindu-le dificil să creeze în atmosfera ierarhică, dominată de conștiința pozițiilor sociale, a comunității universitare tipice. Subiectul e deschis discuției, dar foarte multe depind de artistul individual și de campusul în cauză. Într-o problemă atât de subtilă, generalizările sunt periculoase.

În mod similar, s-a acuzat că, pe măsură ce colegiile și universitățile și-au extins cursurile în arte frumoase și, mai ales, o dată ce au început să ofere studii profesioniste de artă, au coborât standardele de calitate. Se spune că rigorile lor profesionale, în comparație cu cele ale conservatoarelor și școlilor noastre de artă independente, ar fi abominabile. W. McNeil Lowry, vicepreședinte al Fundației Ford și, timp de șapte ani, director al programelor de arte și științe umaniste ale acesteia, a susținut că universitățile, „în principal“, au sacrificat profesionalismul și au „derivat o dată cu societatea în perpetuarea amatorismului și a imitației“. Dl. Lowry, om de o considerabilă influență personală datorată faptului că, din mărinimie, se află în poziția de distribuitor pentru Fundația Ford, poate să aibă sau să nu aibă întrucâtva dreptate. Dar ezităm să fim de acord cu recomandarea sa față de decanii universitari care spune că: „În condițiile actuale, cel mai bun serviciu pe care i-l puteți face artistului profesionist este acela de a-l da afară.“

Interesul universităților față de arte s-a dovedit și în alte sensuri

importante o binecuvântare pentru numeroși artiști. În domeniul artelor spectacolului, lărgește perceptibil piața talentelor. Întrucât spectacolele universitare nu sunt în nici un caz neremunerative, acest lucru aduce mai mulți bani în buzunarele artiștilor. De regulă, școlile nu mai pretind să scape cu prețuri onorifice. Când interpreți de prestigiul unor Roberta Peters, Jan Peerce sau Robert Merrill cântă în campus, primesc între 3.000 $ și 3.500 $ pe reprezentație. Un recital Serkin îl va costa pe un impresar de colegiu între 3.500 și 4.000 $, iar un singur concert Cliburn poate ajunge la 7.000 $. Starurile inferioare sunt mai slab plătite, desigur, dar tarifele le egalează pe cele achitate oriunde altundeva. Actorul Walter Abel, ale cărui prețuri, atât la Hollywood cât și pe scenele legitime, sunt mari, afirmă: „Mă duc la multe colegii și universități, și adeseori câștig mai bine decât poate câștiga un actor pentru aceeași prestație pe Broadway. În acest fel, obțin mulți bani."

Dar acesta nu este decât unul dintre motivele pentru care artiștii, dintre care mulți nu au nevoie de bani, fac turnee în noua „Chautauqua sofisticată". Pe de o parte, contractele universitare le permit să-și rafineze talentele și să-și extindă repertoriile. Actorii au ocazia de a juca roluri pe care altfel poate nu le-ar primi niciodată. Jean Guest, administratoră a Programului Marilor Artiști ai Academiei și al Teatrului Național American declară: „Recent, Howard Morris a jucat „Revizorul" de Gogol la Flint Junior College din Michigan. Era un rol despre care vorbea de multă vreme, dar nu avusese niciodată șansa să-l primească. Iar Ed Begley – laureat Oscar și nu tocmai șomer – mi-a telefonat ca să-mi spună că-și dorea o posibilitate de a face și altceva. L-am întrebat dacă i-ar fi făcut plăcere să joace în *J.B.* «Cine m-ar chema pe mine să joc J.B.?» a întrebat el. I-am răspuns că Otterbein College. S-a dus și, când s-a întors, era în al nouălea cer. Mi-a spus că nu numai că îi învățase pe alții, dar învățase și el câte ceva."

Abel, care a întreprins multe asemenea turnee, este și mai entuziasmat. Nu a avut ocazia numai să joace diverse roluri, ci și să se producă în fața unor spectatori diferiți de publicul spilcuit de pe Broadway. „M-am dus la Universitatea de Est din New Mexico", mi-a spus el. „Pe toți sfinții, am pus *Ondine* de Giraudoux. Și cine erau spectatorii? Studenții și fermierii din estul statului New Mexico! A fost fascinant, îți spun eu."

La C.W. Post Colege de pe Long Island, Abel a ținut lecturi din Platon și Tucidide. „Am citit și «Orația» lui Pericle, cu sala plină. Imaginează-ți!" La M.I.T., de unde s-ar zice că ies unii dintre cei mai calificați barbari ai noștri, Abel a citit poezii la un dineu al absolvenților. A citit din Shakespeare și Edward Arlington Robinson. După aceea, spune el, „s-au aprins așa de tare, încât ne-am adunat acasă la profesor. Am băut bere și am citit, tot mai mult și mai mult și mereu mai mult. Petrecerea ar fi trebuit să se termine la opt și jumătate. N-am reușit să scap până după miezul nopții!"

Cel mai încurajator aspect al deșteptării culturale din campus este, poate, faptul că publicul nu e numai diferit ci și, din punct de vedere al artistului, de calitate. Spectatorii sunt receptivi la nou, la experimental, la tot ceea ce e complex și ezoteric. Universitatea din Wisconsin își sondează amatorii de concerte și, într-o oarecare măsură, își conturează programele conform intereselor acestora. Recent, a rezumat respectivele interese după cum urmează: „Ați cerut un repertoriu nou, mici formații instrumentale, Bach, ghitară, instrumente neobișnuite, artiști noi, tinere talente și, ca de obicei, nume mari." Edgar Kneedler, manager cu vânzările pe zona de est la Columbia Artists Management, Inc., el însuși fost muzician, relatează: „Colegiile nu vor programe prăfuite. Se cer tot mai multe numere neobișnuite, alături de cele mai bune din repertoriul standard. Și sunt larg deschise în fața literaturii contemporane." Aceeași descoperire este raportată și de alții. Conform lui Norwood Baker, care a coordonat ani în șir programul de arte al Asociației Colegiilor Americane: „Publicul este mult mai inteligent acum decât în trecut. Muzicienii au diversitatea lor de programe. Se acceptă tot mai multe opere contemporane. Dorian Quartet, de exemplu, a mers în Orangeburg, la Colegiul de Stat din Carolina de Sud. Au cântat Hindemith, Piston, Marber și alți compozitori care s-au întors încântați de reacția excelentă pe care au provocat-o.

Această deschidere și căutare se reflectă în numărul de reprezentații în premieră care au loc în interiorul campusurilor. La un festival al artelor recent, sponsorizat de Universitatea din Rhode Island, a avut loc premiera „Trei cântece pe texte de Rainer Maria Rilke", de Charles Whittenberg. Același festival a dat prima reprezentație americană cu „Limanul fericit", de dramaturgul britanic John Arden. În mod similar, opera „Orașul întunecat", a compozitorului Bernhard Heiden, a văzut pentru prima oară luminile rampei în Indiana. Iar premierele sunt însoțite de debuturi americane. Filarmonica din Leningrad[6], baletul clasic din Tokyo, Komaki, dirijorul Filarmonicii din Madrid, cu toții și-au făcut pentru prima oară apariția în America în săli universitare.

În același timp, lucrările neobișnuite, noi și vechi, beneficiază de o atenție care nu li s-ar fi acordat niciodată pe Broadway sau în marile săli de concerte. East Carolina College a montat „Chezășiile păcatului", de U Nu, fostul premier din Burma. La U.C.L.A., un recent concert de muzică de cameră americană a prezentat cvartete de Walter Piston și Roy Harris, și unul atribuit versatilului geniu Benjamin Franklin. Lucrări puțin cunoscute, ca „Târgul din Sorocinsk" de Mussorgski, „Momentul gloriei" de Beethoven, sau „Bacchantele" de Euripide, apar cu o tot mai mare frecvență în programele campusurilor.

Același spirit de cruciadă se regăsește și în alte activități. Universitatea din

6. Denumirea orașului Sankt Petersburg, în perioada comunistă. (n.tr.)

Michigan analizează o fascinantă propunere din partea câtorva membri ai corpului didactic pentru a crea un „Laborator de Cercetări în Arta Spectacolului", care va sonda arhitectura și tehnologia artelor. Alte campusuri etalează o expoziție de planuri, fotografii și texte referitoare la „Teatrul Ideal". La Yale s-a produs un frumos film color despre tehnica de a organiza spațial o expoziție de arte plastice. Pretutindeni se remarcă o orientare spre prospețime și experiment.

Nu încerc să sugerez că totul e perfect. S-a făcut multă publicitate unui incident de la Universitatea din Mississippi, în cadrul căruia un artist din corpul didactic a fost arestat sub motiv că „a profanat un drapel al Confederației". Reclamantul era un student. Cam prin aceeași perioadă, Universitatea Baylor și-a silit teatrul profesionist să oprească reprezentațiile cu spectacolul „Lungul drum al zilei către noapte" de O'Neill, întrucât oficialitățile universitare de afiliere baptistă găseau limbajul piesei „ofensiv". Dar, în amândouă cazurile, artiștii au beneficiat de spiritul amplu al comunității academice și ambele reprezintă excepții de la vederile largi din cele mai multe locuri. (San Francisco State College, în cadrul unei serii de filme de artă, a mers chiar până la a prezenta *The Hard Swing*[7], „un studiu subiectiv despre o stripteusă", fără a provoca nici măcar un murmur din partea mandatarilor sau a agențiilor legislative ale statului.

Într-adevăr, dacă se poate exprima vreo critică generală, nu este decât aceea că deșteptarea culturii de campus e atât de liberă și necanalizată încât s-ar putea să nu realizeze tot ceea ce e firesc să-i stea în putere. Mulți muzicieni și manageri, de exemplu, încă nu au înțeles că pot organiza în campus programe mai bune decât cele care apar sub auspiciile câte unui impresar comercial. Un profesor care până nu demult a condus programul cultural al instituției spune: „Aș fi complet dezgustat – mai ales de cântăreți – fiindcă aduc prea multe materiale populare. Mereu cântă ieftin." E de așteptat ca, nu peste mult, să crească numărul artiștilor care recunosc și profită de noua libertate pe care le-o oferă aparițiile în campusuri.

Mai mult, nivelul gusturilor din campus – și, în ultimă instanță, ale marelui public – poate progresa și mai mult printr-o legare conștientă a programării culturale de viața academică a școlii. În unele instituții, a și început să se facă acest lucru: „Cea mai fascinantă trăsătură a publicului colegian și universitar este aceea că adeseori se pregătește pentru concert. Ascultă în prealabil înregistrări ale pieselor. Discută despre program." Ar fi mare păcat dacă muzica și celelalte arte ar fi tocite prin discuții în campus. Importantă rămâne reprezentația, experiența de a asculta și a privi. Dar se pot lua măsuri pline de

7. „Balansul dur", „Dansul lasciv". (n.tr.).

imaginație spre a pune această experiență în legătură cu viața și cu învățătura. La Dartmouth, de exemplu, studenților li se oferă o serie dedicată religiei și artelor. Planificatorii ei speră ca această relație să nu fie explorată numai pe scenă și în galeriile de artă, ci și în sălile de curs. Avem aici de-a face cu o provocare pe care o pot accepta comitetele de planificare culturală din universități. Mult prea des, discuțiile lor evoluează în jurul mecanicii, al costurilor și al altor probleme similare. Fiind încă noi în munca de impresariat, pierd prea mult timp cu aceste chestiuni esențialmente secundare. Ar putea fi util ca impresarii de campus și comisiile care-i supervizează să se plaseze sub autoritatea cancelariei prezidențiale sau a unui decan de facultate, nu sub administrația „clădirilor și terenurilor“ sau a „serviciilor speciale“, cum se întâmplă de atâtea ori.

„Lăsați numele mari în seama antreprizei locale“, propune Dean Burenbaum, de la Noua Școală de Cercetări Sociale. „Lăsați pe altcineva să aducă Isaac Stern-ii și Robert Frost-ii. Sunt excelenți, dar cu unii ca ei oricine poate să umple sala. În afara cazului când nu există altcineva care s-o facă, universitatea n-ar trebui să-și bată capul cu așa ceva. În schimb, funcția universității trebuie să fie aceea de „vârf-de-lance cultural – promotor al avangardei, al inovației“. Harold Taylor, fost președinte la Sarah Lawrence, își exprimă sentimentele cu alte cuvinte. „Universitatea“, a spus el, „este locul exact al explorării noului.“ Campusul se îndreaptă deja rapid spre însuși vârtejul experimentării imaginative în arte. Dar poate avansa și mai departe în această direcție – și e cazul s-o facă.

În ansamblu, nu putem estima tendința generală a culturii din S.U.A., nici impactul exploziei culturale, fără a ține seama de relația radical schimbată dintre cultură și studiile superioare. Industria învățământului superior și-a asumat, cum s-ar spune, sarcina de a sprijini industria culturii, mai slabă și încă subdezvoltată. Aceia care au distins întotdeauna o legătură de rudenie între cultură și învățământ vor fi încântați – dar, poate, nu surprinși. Mai surprinzătoare, după cum vom vedea în cele ce urmează, este schimbarea relației dintre cultură și comerț în societatea americană.

7

Culture, incorporated

Este un articol de credință printre numeroși artiști și iubitori de cultură că ceea ce e bun pentru General Motors *nu* e bun și pentru artă. Iar Henry Ford n-a făcut nimic pentru a îmblânzi sistemul american de afaceri față de artiști, când l-a întrebat pe Lordul Duveen: „ce nevoie să am de picturile originale, când cele din albumele astea sunt așa de frumoase?“ Într-adevăr, de-a lungul întregii istorii americane, mai prejos decât reputația omului de afaceri printre artiști nu a stat decât reputația artistului printre oamenii de afaceri. Această neîncredere reciprocă a contribuit la o acută înstrăinare printre artiști, care, cel puțin conform unor păreri, este absolut esențială pentru binele lor. Astăzi, în America are loc o apropiere între afaceri și artă, care amenință să anihileze prețuita înstrăinare a artiștilor și schimbă poziția artei în contextul american.

Eforturile de a astupa prăpastia dintre afacerile și arta din America nu sunt complet noi, după cum a remarcat Russell Lynes, un comentator perspicace și cu umor al moravurilor americane. Nu mai înainte de 1876, când s-a deschis la Philadelphia marea Expoziție Centenară, s-au semnalat persoane care căutau realizarea unui mariaj între artă și industrie. În majoritate, aceste eforturi timpurii se refereau la designul industrial, căci se recunoștea, cel puțin de pe vremea lui Ruskin și a lui William Morris, că ascensiunea produselor fabricate de mașini urma să aibă un impact profund asupra esteticii. Abia în ultima generație, însă, designul a devenit o preocupare cu adevărat importantă a industriei. O dată cu îmbelșugarea, a început să se acorde o atenție crescută caracteristicilor extrafuncționale ale bunurilor de consum. Astăzi, constatăm contribuția designerilor industriali în elegantele curbe și panouri ale mașinii de scris I.B.M. Selectric, în caroseria autovehiculului Ford Mustang și în sute de alte produse. De asemenea, și în arhitectură a început să se acorde atenție modului cum arată lucrurile, pe lângă modul cum funcționează. Cine privește fabrica de țigări Reynolds Tobacco din Parcul Whitaker, Winston-Salem, comparând-o cu fabricile mai vechi de tutun din apropiere, e frapat de contrastul dintre ele. Noua uzină automatizată s-ar putea să nu fie o

operă arhitecturală cu glorie de durată, dar este agreabilă pe plan vizual. Înaintașele sale nu au fost.

Mai mult, în timp ce oameni de afaceri ca Frick, Morgan și Mellon erau generoși patroni ai artelor în urmă cu o jumătate de secol, corporația, distinctă față de afaceristul individual, a fost separată de întreaga lume a artistului. Abia după sfârșitul celui de-Al Doilea Război Mondial, o dată cu detonarea exploziei culturale, am început să asistăm la dezvoltarea relațiilor complexe și multistratificate între comerțul și cultura din America. Astfel, descoperim că American Export și Isbrandtsen Lines donează 135.000 $ Operei Metropolitane pentru a ajuta la subvenționarea unei noi montări cu *Aida*. Îl vedem pe Olin Mathieson contribuind la finanțarea Muzeului de Artă Modernă, Standard Oil din California donează bani unui număr de orchestre simfonice de pe Coasta de Vest, iar Dow Chemical ajută la sponsorizarea unui mic teatru din Texas.

O privire aruncată rapid pe orice listă de companii americane binecunoscute va dezvălui literalmente zeci de firme care, într-un fel sau altul, s-au implicat în activitatea artiștilor sau a instituțiilor culturale: Johnson's Wax, Chase Manhattan, Shell Oil, Sara Lee Kitchens, ca să nu mai vorbim de miile de companii mărunte care îi imită pe giganți. În Carolina de Nord, un mic magazin de suveniruri dă peste zece la sută din profiturile câștigate din felicitările de Crăciun unui grup artistic local, iar în California, o rețea de magazine de îmbrăcăminte oferă anual un premiu de 5.000 $ pentru cel mai bun roman sau volum de proze ori poezii scrise de un autor american tânăr.

Iar legătura cu artele nu se limitează numai la donații cash. În loc de bani, multe firme din zilele noastre contribuie cu bunuri sau servicii. Festivalul Artelor din Boston, de exemplu, a primit gratuit vopsele, servicii de transport, chiar și fier de construcții, din partea companiilor locale. Consiliul Artelor din Winston-Salem beneficiază de ajutorul companiei Western Electric pentru elaborarea descrierilor de posturi, a sistemelor de salarizare și a altor activități de personal pentru angajați. În alte părți, oamenii de afaceri oferă pe gratis săli de ședințe, birouri sau servicii de relații cu publicul; „împrumută" funcționari orchestrelor, muzeelor și altor instituții de artă, pentru a ajuta în timpul campaniilor de acumulare a fondurilor.

Ceea ce e adevărat pentru companiile individuale este de asemenea tot mai adevărat și pentru asociațiile sindicale și alte organizații de afaceri. Până și camerele de comerț, acele tradiționale bastioane ale filistinismului, fac lucruri la care Babbitt nici n-ar fi visat. Un studiu asupra a 147 de camere, efectuat de *Arts Management*, o revistă cu circuit intern pentru funcționarii instituțiilor culturale, a constatat că aproape una din cinci camere își aducea în mod direct contribuția financiară pentru trupele artistice locale, și nu mai

puțin de patru din cinci ofereau spații fără chirie, efectuau lucrări de corespondență și donau servicii tipografice sau de altă natură. Camera de Comerț din Hartford, Connecticut, a raportat chiar că avea un „Vicepreședinte pentru Resurse Culturale".

Asemenea organizații tind să fie și mai conservatoare și prudente decât firmele individuale. Ele înclină spre a reflecta, nu a determina, atitudinile companiilor afiliate lor. Faptul că aceste organizații au început să se apropie de artă este un indicator al gradului în care artele au devenit respectabile în cercurile de afaceri.

Toate activitățile de acest gen pot fi calificate ca patronaj. Prin intermediul lor, firmele fac cadou bunuri, servicii sau bani unui artist sau unei instituții artistice. Dar patronajul nu este decât una dintre multiplele verigi de legătură între comunitatea afacerilor și industria culturii. Astfel, pe lângă rolul de patron, compania începe să găsească profitabilă chiar și poziția de antreprenor artistic.

Cel mai interesant exemplu al acestei forme secunde de relații îl oferă Allied Stores Corporation, un vast complex de magazine en detail și centre comerciale cu vânzări anuale în valoare de 770 $. Allied a intrat în producția teatrală legitimă. Corporația era patronul-operator al Bergen Mall Shopping Center din Paramus, New Jersey, când un grup din afară a interpelat-o cu ideea de a ține o stagiune de vară într-o mică sală de spectacole din incinta centrului. Spațiul a fost predat în locație de gestiune și, timp de două veri consecutiv, Allied a urmărit cu interes crescând cum spectacolele muzicale și de teatru atrăgeau în Bergen Mall un număr mare de locuitori entuziaști din comunele suburbane. În 1962, Allied a hotărât ca, în loc să închirieze doar sala pe timpul verii, să intre direct în afacerile de producție teatrală, pe tot parcursul anului.

Firma a remodelat și ameliorat clădirea teatrului. L-a angajat pe Robert Ludlum, un producător profesionist. I-au alocat un buget și i-au spus să-și adune un colectiv. În prezent, Allied's Playhouse din Mall dă opt reprezentații pe săptămână, cu 18 sau chiar mai multe spectacole, repartizate de-a lungul a 11 luni anual. Repertoriul acoperă o gamă întinsă, de la musicaluri și farse ușoare până la teatru pentru copii și Shakespeare.

Teatrul Allied's Playhouse, conform d-lui A.F. Crowle, manager imobiliar adjunct al Allied Stores, a devenit o întreprindere aducătoare de profit. Afacerea se ridică la cel puțin suma egală pe care ar realiza-o Allied închiriind proprietatea unui detailist. Mai mult ea a antrenat cu sine un număr de efecte colaterale plăcute și profitabile. Mai întâi, întrucât atrage mulțimi numeroase de oameni, a mărit substanțial volumul vânzărilor la magazinele și restaurantele din apropiere, sporindu-le astfel profitabilitatea și valoarea funciară. În al doilea rând, spune dl. Crowley, teatrul a ajutat să fie atras la Bergen Mall un

gen de clientelă deosebit de dezirabil. Din moment ce locuitorul suburban amator de teatru tinde să se afle, față de vecinul său care nu merge la teatru, pe o treaptă imediat superioară în privința culturii și a bunăstării materiale, el este de regulă și un mai mare cheltuitor. Experimentul din Paramus a avut un asemenea succes, încât a trezit interesul altor operatori de centre comerciale și ne putem aștepta ca și în alte localități să apară curând teatre similare.

Neobișnuita decizie a Allied's de a deveni antreprenor artistic își găsește o analogie în anunțul agenției publicitare Interpublic Group că va deschide o galerie de arte frumoase, precum și în hotărârea firmei Sears, Roebuck & Co. de a intra în vânzări de picturi originale. Într-o acțiune dată publicității pe scară largă, Sears l-a angajat pe Vincent Price, celebrul actor hollywoodian și colecționar de artă, să adune în magazinele sale o numeroasă colecție de tablouri pentru vânzare.

Orice s-ar putea crede despre nivelul gustului reflectat în colecția Sears, sau de motivațiile recunoscut comerciale ale întreprinderii, nimeni nu-i poate pune la îndoială succesul economic. Conform lui George H. Struthers, vicepreședintele Sears care a elaborat inițial planul, prezentarea s-a soldat cu „vânzări virtualmente complete în aproape toate locurile." Și ceea ce este mai important, a reușit să atragă un considerabil trafic al claselor mijlocii spre magazinele în care mai înainte clientela avusese venituri predominant mici. Într-adevăr, acesta era adevăratul obiectiv al acțiunii, iar directorii de *public relations* de la Sears radiază de plăcere când vorbesc despre medicul care a venit să achiziționeze o gravură și în drum spre ieșire a mai cumpărat și o pereche de teniși.

Dintotdeauna, în Statele Unite au existat relativ puține industrii mici a căror principală funcție să fi fost aceea de a-i vinde consumatorului american bunuri culturale sau înrudite cu cultura. Pentru ele, boom-ul cultural din ultimii ani a fost o adevărată binecuvântare. Astfel, industria instrumentelor muzicale a văzut cu bucurie cum vânzările i-au crescut de la 235 milioane$, în 1950, la 670 milioane$, în 1963. Ceea ce e nou și diferit astăzi este intrarea în acest gen de afaceri a unor companii a căror principală funcție nu are decât prea puțin, sau chiar deloc, de-a face cu artele. De exemplu, ce ar putea fi mai îndepărtat de cultură decât fabricația materialelor medicale? Și totuși, *Wall Street Journal* ne informează că Johnson & Johnson „găsește o piață lucrativă pentru bucățile tăiate din aparatele gipsate folosite. Mai înainte, firma plătea bani pentru ridicarea și transportul gipsului vechi. Acum însă, resturile se vând în școli și ateliere de artă, pentru sculptură, la prețul de 9,75$ pe 20 de livre[1]." Institutul de Cercetări Stanford, într-un studiu citat anterior, a prezis

1. 20 livre = 9,126 kg. (n.tr.)

că, până în 1970, piața culturală va fi crescut la uluitoarea sumă de șapte miliarde de dolari pe an. O porțiune importantă a ei o reprezintă achizițiile ce urmează a fi făcute de instituțiile culturale. Astfel, afacerile au legături tot mai strânse cu artele, în rolul de vânzători către instituțiile culturale.

Enorma proliferare a activităților culturale pe tot cuprinsul națiunii a creat, printre altele, o mare cerere de spații noi sau ameliorate pentru arte. Orașele s-au angajat într-un boom al construcțiilor culturale fără precedent în istoria americană. Peste tot apar noi teatre, săli de concerte, aripi de muzee, centre de artă, industria fiind aceea care le aprovizionează cu fotolii, mochete, lămpi, beton, grinzi de oțel, instalații de condiționare a aerului, șevalete și dale acustice.

De asemenea, se fac afaceri prospere în valoare de multe milioane de dolari, în vânzarea de asigurări muzeelor, teatrelor și celorlalte întreprinderi similare. O importantă companie de transporturi își declară o „Divizie de Arte Frumoase“ care efectuează „organizarea de expoziții itinerante“. Firmele le vând artelor hârtie și tipărituri, ulei pentru încălzire, alimente, pahare de plastic, răcoritoare și sute de alte articole. Există chiar și un început de afaceri cu vânzarea de bilanțuri economice unor instituții ca orchestrele simfonice și centrele grupurilor civice de planificare artistică. Instituțiile culturale au fost întotdeauna nevoite să se bazeze pe firmele de afaceri pentru anumite bunuri și servicii, dar niciodată n-au reprezentat o piață cât de cât semnificativă, cu excepția câtorva mici companii specializate. Astăzi, pentru prima oară, instituțiile artistice au devenit un client demn de atenție.

În sfârșit, compania de afaceri nu se rezumă doar la a servi ca *patron, antreprenor* și *vânzător*, ci și drept *cumpărător*, achiziționând serviciile artiștilor sau ale instituțiilor culturale.

Cele mai spectaculoase exemple ale acestei relații între lumea afacerilor și lumea artelor le oferă interesul față de pictură manifestat recent de multe companii. Colecția de artă contemporană în valoare de 500.000$ care decorează pereții Clădirii Chase Manhattan din New York, colecția de artă americană în valoare de 750.000$ cumpărată de Johnson's Wax, colecțiile mai mici achiziționate de Mead Corp., un fabricant de hârtie din Georgia, toate constituie exemple excelente. Atât de mult a crescut entuziasmul firmelor față de colecționarea operelor de artă, încât Ruder & Finn, o mare firmă de relații cu publicul, se laudă cu un departament care nu face aproape nimic altceva decât să aranjeze sponsorizarea expozițiilor de artă și achiziționarea tablourilor de către companiile cliente.[2]

2. Un motiv al acestui entuziast subzistă în rapida apreciere a valorii multor colecții de companie. Piața artistică în creștere din ultimii ani i-a făcut deja pe mulți controlori de firmă să exulte de încântare. (n.a.)

Mai puțin cunoscută este tendința companiilor de a cumpăra servicii muzicale. În toamna trecută, când Basic-Witz Furniture Industries din Waynesboro, Virginia, a vrut să aniverseze șaptezeci și cinci de ani de existență, i-a comandat compozitorului Robert Evett un concert, apoi a angajat Orchestra Simfonică Națională pentru a-l interpreta în cadrul unui spectacol special, astfel achiziționând serviciile unui artist și ale unei instituții muzicale. În mod similar, Banca de Economii Manhattan, care folosește un „director muzical“ cu normă întreagă și sponsorizează concerte în hol la orele amiezei, cumpără serviciile instrumentiștilor care le interpretează. Cu timpul, firmele își vor înmulți achizițiile de la artiști și instituții culturale.

Cele patru relații descrise mai sus nu sugerează decât vag crescânda complexitate a legăturilor dintre afaceri și arte. De exemplu, firmele pot apărea în rolul de creditor, dacă se va pune vreodată în aplicare o propunere imaginativă făcută Asociației Naționale a Comercianților Muzicali. Luând cuvântul în fața unei întruniri a acestei organizații, E.B. Weiss, director de publicitate, a întrebat: „De ce n-ar stabili industria dumneavoastră totală un fond de rulment care să servească, în cadrul unor formule bancare sănătoase, necesitățile financiare ale noilor centre culturale?“ Dl. Weiss a subliniat că un asemenea program ar oferi „o ocazie unică pentru a îndruma cheltuirea de sume imense ce se vor aplica direct obiectelor dumneavoastră de vânzare – fonduri care n-au ieșit din propriul dumneavoastră tezaur. Nu cunosc nici o industrie care să piardă atât de total din vedere o ocazie atât de remarcabilă.“

În acest moment, industria nu se repede să profite de respectiva ocazie. Dar propunerea sugerează că ceea ce am observat până acum în dezvoltarea complexelor legături dintre arte și afaceri s-ar putea să nu fie decât începutul.

Luate la un loc, aceste legături noi și importante duc la o altă modificare fundamentală în ecologia artei din America. De ce se întâmplă tocmai acum? Un motiv este acela că ascensiunea clasei confortabile a creat în America un tip cu totul nou de piață. Afacerile au reacționat nu numai producând o mai mare proporție de bunuri de lux și de necesitate marginală decât înainte, ci și modificându-și totodată și tehnicile comerciale. Pentru acest nou și vast public din clasa confortabilă, vechea afirmație publicitară a prețului scăzut și-a pierdut o parte din potență, câtă vreme declarațiile de calitate au crescut ca importanță.

În consecință, auzim vorbindu-se tot mai mult printre directorii de marketing despre „vânzarea de cultură“. Aceasta înseamnă nu numai că, în sine, cultura poate fi vândută pentru profit, sub anumite forme dintr-ale sale, ci și că se poate exploata pentru a ajuta mișcarea altor produse. Căci cultura conotează calitatea, iar Madison Avenue a descoperit că poate, în argoul relațiilor

cu publicul, să „*upgrade*-ze imaginea" unui produs, asociindu-l cu cultura.

Această legătură asociativă se afla în mod conștient în mințile unor oameni de publicitate ca Batten, Barton, Durstine & Osborn, care au aranjat ca Corning Glass Works să sponsorizeze transmisia televizată a concertului inaugural de la Lincoln Center. Se situează la baza folosirii DeKooning-urilor și a Baskin-urilor în reclamele Container Corporation of America. La un anumit nivel, ea se desfășoară cu bun gust. (Cine poate obiecta când o bancă folosește o galerie de artă ca fundal pentru fotografiile sale publicitare?) La un alt nivel, avem genul de racolare culturală simbolizat de un articol din *Drug News Weekly*, care proclamă agramat: „Șansă de a investi să te vezi pe valul actual de artă pop... Detailiști!... Îndrăzneala e de aur!" În ambele cazuri, un motiv important de la baza atitudinilor respective e în mod clar și calculat comercial. Astăzi, cultura are valoare de *public relations*.

O a doua motivație e legată de relațiile cu angajații. Industria se bazează în proporție mereu crescândă pe personal tehnic, profesional și administrativ de înaltă calificare, iar întreaga forță de muncă trebuie să fie instruită mai bine decât în trecut. Aceste schimbări în caracterul forței de muncă se reflectă în politica multor companii care încurajează activitățile culturale în rândul angajaților. O companie de hârtie din Nekoosa, Wisconsin, și o brutărie din Norwalk, Connecticut, sponsorizează expoziții cu tablouri pictate de salariații lor. General Motors distribuie 600.000 de broșuri intitulate „Impresionismul francez" și „Capodopere de la Luvru", în timp ce Bell Telephone Company din Newark, New Jersey, se îndreaptă spre un amfiteatru în care Garden State Ballet poate prezenta prelegeri și demonstrații de dans pentru lucrători.

Mai important, pe măsură ce se redistribuie din punct de vedere geografic pe suprafața continentului, industria a ajuns să considere ambianța culturală a unei comunități un factor semnificativ în deciziile de amplasare a fabricilor. Salariaților cu studii superioare nu le place să trăiască în comunități aride cultural, așa că nu întâmplător unele companii din Cincinnati, de exemplu, le-au trimis lucrătorilor pe care speră să-i recruteze descrieri ale resurselor culturale din oraș. Acest lucru explică de asemenea și de ce regiunile dornice să atragă industria încep dintr-o dată să facă reclamă resurselor culturale, la fel cum odinioară făceau reclamă mâinii de lucru ieftine sau energiei la preț scăzut. O reclamă tipică pentru atragerea industriei în Sudul Mijlociu proclamă: „până și orașele mici au trupe teatrale, orchestre, muzee de artă, concerte și serii de conferințe". Fotografia anexă reprezintă o fată drăguță sculptând.

Dar la baza tuturor acestor motive corporatiste stă factorul de interes personal, trecut adesea cu vederea. În zilele noastre, este tot mai acceptată ideea că administrația trebuie să fie răspunzătoare nu numai față de acționar, ci și față de diferiții factori publici ai corporației, inclusiv consumatorul,

muncitorul, comunitatea. Această concepție, alături de distanțarea crescândă dintre proprietatea și controlul asupra industriei, plasează managerul în poziția de mediator între cererile uneori contradictorii ale respectivilor factori publici diferiți, lăsându-l liber, într-o oarecare măsură, să-și folosească propria judecată și să-și satisfacă propriile gusturi. Întrucât directorul modern de afaceri face parte el însuși, de multe ori, din îndestulata și instruita clasă confortabilă, nimeni n-ar trebui să se mire aflând că împărtășește unele dintre entuziasmele acesteia.

Astfel, o forță motivațională suplimentară de la baza apropierii o constituie interesul propriu și personal al omului de afaceri. Acest lucru poate uneori să devină un factor foarte important. E clar că interesul personal al lui Walter Paepcke a fost acela care a determinat Contanier Corporation să angajeze artiști contemporani de prima mână pentru reclame și a îndemnat-o să fondeze Festivalul de la Aspen. De asemenea, s-ar putea cita în repetate rânduri exemple mai puțin cunoscute. Oricât de cinici am fi față de afaceri, am comite o greșeală subestimând importanța individului interesat sincer în a propulsa afacerile spre tot mai marea lor cooperare cu artele.

Apropierea este astfel alimentată de un amestec de motive. Unii oameni de afaceri sunt realmente interesați de arte. Alții nu vor decât să scoată un ban în plus. Unii sunt interesați și avari. Și totuși, toate evoluțiile sociale importante derivă dintr-o diversitate de motive. Într-adevăr, s-ar putea argumenta convingător că toate acțiunile omenești – inclusiv actul de creație artistică – izvorăsc din motive amestecate sau, altfel spus, impuse. O dată ce motivele au fost explorate, rămâne să se răspundă la întrebarea mai importantă – cea privind efectul. Ce impact va avea întrepătrunderea afacerilor cu artele asupra afacerilor în sine, asupra instituțiilor culturale și, în sfârșit, asupra artistului?

Firmele de afaceri vor fi afectate și schimbate în multe moduri. Studiul Institutului de Cercetări Stanford, pe lângă prezicerea unor creșteri acute în vânzările de produse culturale diverse, argumentează convingător că, în deceniul viitor, firmele vor deveni mai conștiente de estetică în general. Se va întări accentul pus pe designul produselor și aspectul atractiv al clădirilor. Se prevede că, mai mult de-atât, „conștiința culturală va influența ofertele și stilul de prezentare al tuturor mijloacelor de comunicare în masă, în proporția în care agenții publicitari și publicul vor cere creșterea continuă a nivelurilor de performanță artistică.“ Studiul afirmă că nu va fi influențat numai semnalul de ieșire, ci însăși producția și organizarea. Fabricile, se sugerează, „ar putea deveni mai atrăgătoare pe plan local cu ajutorul expozițiilor culturale prin rotație“. Unele firme, se spune în continuare, pot merge chiar până la a-și „forma un Grup de Consultanță Artistică“, folosind artiști profesioniști alături de

psihologi, sociologi, cercetători ai pieței și alți specialiști, pentru a îndruma compania spre a judeca gusturile consumatorilor, a-și reconcepe designul produselor și a-și regândi reclamele. Raportul Institutului de Cercetări Stanford nu o spune, dar asemenea grupuri ar putea în ultimă instanță și să fie responsabile de strategia companiei cu privire la patronaj, achiziții de servicii culturale sau vânzări făcute pe piața culturală instituțională ca atare.

Poate că impactul cel mai profund asupra companiei îl va avea artistul însuși. Fie prin crearea unor asemenea grupuri consultative folosind artiști profesioniști, fie printr-o mare expansiune a achiziționărilor de servicii ale artiștilor și instituțiilor artistice din afară, sau printr-o extindere a activităților antreprenoriale spre a cuprinde și sfera artistică, firma de afaceri va intra într-un contact tot mai intim cu personalitatea artistică. Cu cuvintele lui John Kenneth Galbraith, „omul de afaceri american, după ce s-a acomodat cu oamenii de știință, în cursul acomodării cu secolul douăzeci, trebuie acum să ajungă la o înțelegere și cu artistul. Percepția artistică îi este la fel de necesară fabricantului modern de bunuri de consum ca și priceperea inginerească. Ba chiar, acum, și mai mult."

În ceea ce privește instituțiile culturale, acestea vor fi schimbate și ele. Orice creștere a fondurilor de patronaj din partea firmelor sau în vânzarea de servicii către firme le va ajuta pe plan economic. În plus, e foarte probabil ca ele să caute și să găsească noi servicii pe care să le vândă companiilor. Anumite muzee, de exemplu, oferă deja asistență de specialitate firmelor. Laboratorul de Design Industrial al Muzeului Brooklyn a fost folosit de companii de modă, fabricanți de mobilă, producători de covoare și alții. Am putea găsi analogii de un fel sau altul care să se dezvolte în domeniul teatrului, al muzicii și al dansului.

O altă consecință a apropierii va consta în creșterea semnificativă a influenței instituțiilor culturale pe plan local. Aceasta va fi determinată de tot mai marea lor importanță în calitate de cliente ale bunurilor industriale. Grupurile de artiști ajung de multe ori să ofere mărturii în fața consiliilor municipale, de exemplu, în privința planurilor de înfrumusețare edilitară, sau cu ocazia eforturilor de a obține fonduri publice pentru proiectele lor. Faptul că s-ar putea afla în situația de a premia cu un contract de un milion de dolari cel mai bun proiect pentru un nou centru artistic nu le va prejudicia eforturile de a căuta sprijin politic pentru punctele lor de vedere. Antreprenorii imobiliari, chiar și sindicatele din construcții, sunt notorii pentru modul cum își pun influența comunitară în slujba unui bun client sau ofertant de locuri de muncă. Indiferența sau ostilitatea pe care le-au întâmpinat ocazional instituțiile culturale din partea oamenilor de afaceri pot foarte bine să fie înlocuite de un respect cu totul nou. Banii își spun cuvântul.

Din aceste cauze, pe organizațiile artistice le așteaptă atât promisiuni, cât și pericole. Noile legături cu afacerile pot modifica în sens negativ calitatea sau conținutul pe care o oferă comunităților. Dacă, în calitate de achizitoare a serviciilor, compania deturnează atenția și energia instituției culturale dinspre obiectivul său principal, atunci organizația culturală poate constata că și-a vândut prea ieftin sufletul. În mod similar, dacă prin intermediul rolului său de patron – adică, de contribuabil – compania cere un *quo* nepotrivit pentru *quid*-ul oferit, instituția culturală se poate pomeni intrată în mari dificultăți.

Ce anume, exact, pot sau nu pot aștepta patronii din afaceri în schimbul banilor dați de ei, este o întrebare care va necesita o atenție sporită din partea comitetelor directoare ale muzeelor, teatrelor, orchestrelor, companiilor de operă și centrelor artistice. Există mult loc de discuție despre propunerea lui Thomas Buechner, directorul Muzeului Brooklyn, care spune: „Aș recomanda, probabil spre marea groază a multora dintre colegii ei, ca subvențiile mari să fie însoțite de o cerere de reprezentare în comitetul director (...) cel puțin pe perioada acoperită de respectiva subvenție."

Se poate presupune că firmele își vor găsi o reprezentare tot mai frecventă în comitetele directoare. Acest lucru ar putea avea avantajele lui. E trist dar adevărat că organizațiile artistice sunt adeseori mizerabil de prost administrate. Reprezentarea crescută a firmelor poate aduce cu sine o îmbunătățire a cărei necesitate s-a resimțit în mod dureros. Cu cuvintele lui Devereux C. Joseph, fost președinte al New York Life Insurance Company și membru al mai multor comitete directoare din cultură, organizațiile artistice pot împrumuta profitabil de la firmele de afaceri „multe proceduri care au fost verificate în arena pragmatică a societății noastre concurențiale – contabilitate, întocmire de bugete, responsabilitate managerială, structură organizatorică, întreținere imobiliară...".

Dar, dacă firmele dobândesc o influență puternică în sensul conservatorismului artistic sau al popularizării vulgare, se prea poate ca prețul patronajului de afaceri să fi fost prea scump. Instituțiile culturale din trecut au învățat să se acomodeze, printr-o combinație de tactici, cu presiunile patronilor bogați individuali. Presiunile care emană dinspre patronul corporatist nu vor fi cu nimic mai puțin pretențioase.

Însă cea mai subtilă presiune din toate îi va fi rezervată nu instituției culturale, ci artistului: presiunea acceptării.

Atât de profund a fost antagonismul dintre cultură și comerț în țara noastră, încât artiștii și intelectualii se neliniștesc la simpla menționare a amândurora în aceeași propoziție. Un clișeu critic la modă spune că orice asemenea alăturare trebuie, din necesitate, să antreneze cu sine o înjosire a artistului. Domnește sentimentul stânjenitor că omul de afaceri, în măsura în care

rămâne interesat în primul rând să-și vândă marfa, se „folosește" de artist. Sigur că așa e. Dar este neapărat rău acest lucru?

Ideea că „folosirea" artistului e rea în sine implică o întreagă filosofie a artei. Implică faptul că arta e autojustificativă și că, atunci când facem din artă un mijloc de atingere a unui scop, îi răpim integritatea și valoarea. Și totuși, istoria culturii abundă de exemple ale unor opere de artă produse și exploatate din motive non-estetice. Arnold Hauser ne amintește că, pentru artiștii celor mai vechi timpuri, pictorii rupeștri, arta „avea o funcție complet pragmatică, orientată integral spre obiective economice directe." Artistul credea că pictura sa influența în mod magic aprovizionarea cu hrană. Pictura era un soi de vânătoare-în-efigie.

În secolul al șaisprezecelea, Biserica Catolică, pe-atunci singura sursă de patronaj cu adevărat importantă, declara clar în Consiliul din Trent că arta, după opinia sa, nu era un scop, ci un mijloc. Într-adevăr, folosea chiar acest cuvânt explicând că „prin mijlocirea poveștilor despre misterele mântuirii noastre portretizate în picturi și în alte reprezentări, oamenii sunt instruiți și confirmați în articolele de credință". Ar fi dificil să susținem că arta produsă pentru Biserică (adesea de către artiști a căror proprie sinceritate religioasă era discutabilă) a suferit fiindcă era considerată mijlocitoarea unui scop nonestetic. Iar când bunii burghezi olandezi îl angajau pe Rembrandt să le picteze portretele, o făceau oare dintr-o intrinsecă dorință de artă? Sau din același motiv considerabil mai puțin elevat care în zilele noastre îl trimite pe președintele de corporație să se fotografieze la Bachrach?

Faptul că artistul e angajat să producă o operă menită să servească un scop nonestetic nu înseamnă neapărat că producția sa trebuie să fie artistic proastă. Relația artistului cu patronul a implicat întotdeauna anumite pericole (pentru artist ca și pentru patron). Dacă o asemenea relație duce la excelență sau la mediocritate, depinde în primul rând de calitatea și integritatea artistului însuși. Căci, cel puțin în societatea noastră, artistul nu e niciodată silit să accepte o comandă care îl înjosește. Fiecare patron, în mod conștient sau nu, dorește ceva în schimbul generozității sale, deși poate ca, în interesul libertății artistice, să se abțină de la a-l presa pe artist. Artistului îi revine dreptul de a-și impune propriile condiții în orice tranzacție. Așa au făcut artiștii dintotdeauna.

Fapt este că, vis-à-vis de patronul de afaceri, artistul se află într-o poziție mai favorabilă, poate, pentru a-și afirma propria voință, decât vis-à-vis de alte genuri de patroni. Comunitatea afacerilor în sine e complexă și pluralistă. Întruchipează multe interese, niveluri de gust și contradicții interne diferite. Astfel, scade foarte mult probabilitatea ca patronajul de afaceri ca atare să împingă arta într-o singură direcție. În 1960, când Muzeul Whitney a

organizat o expoziție de picturi și sculpturi din colecțiile companiilor, un critic s-a simțit îndemnat să scrie, nu fără plăcută surprindere: „ceea ce cumpără firmele reiese a nu fi categoric diferit de ceea ce au cumpărat amatorii de artă americană din afara afacerilor."

Ostilitatea sau cinismul cu care numeroși artiști și intelectuali privesc crescânda interpenetrare a afacerilor cu arta poate fi pusă adeseori pe seama unui anacronic liberalism politic care abhoră instinctiv afacerile și toate operele lor. Obiecția lor este frecvent exprimată în termenii „vânzării" artistului pentru deșertăciunea afacerilor. În acest punct de vedere se implică discutabila premisă că principala funcție a artistului e aceea de critic social. Dacă omul de afaceri îl ademenește cumva pe artist în păienjenișul său sinistru, atunci artistul se va putea dezbăra de această funcție?

De multe ori, cazul e formulat în termenii alienării. Dacă legăturile dintre afaceri și artă proliferează, artistului îi va fi din ce în ce mai greu să rămână înstrăinat. În pofida pluralismului său, societatea noastră rămâne o societate de afaceri, iar înstrăinarea înseamnă, într-un sens sau altul, o opoziție față de afaceri și structura valorilor care le înconjoară. E ușor să te opui instituției centrale a unei societăți, atunci când ești lăsat în afara sistemului, din neglijența, indiferența sau ostilitatea activă a celor care-l țin în funcțiune. Devine mult mai greu, atunci când ești invitat dincoace de porți și ți se permite să-i guști roadele.

Putem prevedea timpul când statele de plată corporatiste vor include cel puțin o mână de artiști profesioniști, muzicieni, dansatori, poate chiar și dramaturgi și compozitori – și nu numai pentru a produce reclame pe față. Mai important, banii firmelor vor deveni o parte tot mai vitală a patronajului care ne ține în viață muzeele, orchestrele, operele și teatrele, și va exista un schimb zilnic între lumea artei și cea a afacerilor. În această situație, artistului îi va fi tot mai greu să rămână ireconciliabil.

Aceasta, după unele păreri, este cea mai mare amenințare posibilă la adresa viitorului artei în America. Respectivii consideră că arta se naște din tensiunea dintre artist și societate. Pedagogul Harold Taylor afirmă: „Alienarea (...) e sursa uneia din marile puteri ale [artistului]." Poetul Karl Shapiro insistă că „nu prea există nici un fel de scriitor care să nu fie în război cu societatea, cu Modul de Viață sau cu Puterea (...)". Iar Herbert Read declară că „artistul este un «*outsider*» într-o comunitate democratică și nici unul din toate planurile noastre de patronare democatică a artelor nu poate ascunde acest fapt". Singura salvare a artistului, scrie el, constă în „retragerea din contractul social".

Herbert Blau, co-director al Atelierului Actorilor din San Francisco, ascute atacul. El acuză că artistul din America zilelor noastre este deja prins „în Era

Cumpărării (...)"; că e în pericol de a fi cumpărat de „cei bine unși, banda Neiman-Marcus și turma Cadillac". Blau ne reamintește: „Matthew Josephson a scris cândva despre Henry Clay Frick, așezat într-un fotoliu Renaissance sub un Rembrandt, citind *Saturday Evening Post*". Această „stranie amenințare nouă" a vieții americane contemporane asupra artistului, insistă dl. Blau, este „enormul pericol al asimilării ușoare".

Trecând cu vederea erorile – dl. Frick stătea sub un baldachin, nu sub un Rembrandt, după cum spunea dl. Josephson – dl. Blau își face griji de pomană. Teoria că arta ar fi imposibilă fără înstrăinare este larg răspândită. Dar asta nu o face să fie și adevărată.

Asimilarea nu înseamnă neapărat condamnarea artei. Nu e necesar decât să privim încă o dată la istoria socială a artei, pentru a ne da seama că teoria implicită în asemenea remarci este, de fapt, relativ recentă și că istoria abundă în exemple ale unor mari artiști care, cel puțin după cum observăm noi, de la mare distanță, păreau să fie complet asimilați, complet în ton cu societatea lor. Alienarea nu e o condiție *sine qua non* a artei. După cum subliniază Rudolf și Margot Wittkower în excelentul lor studiu „Născut sub Saturn", postura adoptată de artiști față de societate se supune modei. Înstrăinarea este doar o atare postură, care întâmplător e astăzi la modă. Rădăcinile sale se află în ascensiunea romantismului; a primit un imbold, în vremurile noastre, de la ipoteza marxistă că artistul trebuie să fie un revoluționar (deși numai în societățile non-comuniste); și continuă să mai dăinuiască. Dar, dacă răsfoim paginile istoriei, îi putem cita pe Rubens, Tizian, Berninian, van Dyck, Vėlasquez sau Reynolds ca artiști care ar fi zâmbit cu dispreț la adresa teoriei că alienarea e esențială pentru artă. În literatură, nu prea i-am caracteriza pe Chaucer sau Samuel Johnson ca „străini" în propriile lor societăți.

Nu urmărim să susținem că artistul trebuie să-și accepte societatea la valoarea ei aparentă, sau că trebuie să se supună orbește valorilor afacerilor. Avem nevoie de artiști antisociali, poate chiar înveninați. Avem nevoie de un Jack Levine care să caricaturizeze grotesc generali și oameni politici și de artiști care satirizează, demască, sfidează sau pur și simplu ignoră afacerile, oamenii de afaceri și tot ceea ce implică lumea afacerilor. Dar a insista că artistul „trebuie" să rămână înstrăinat este, în mod logic, la fel de restrictiv pentru libertatea lui ca pretenția de a deveni un sicofant a tot ceea ce vede în jurul lui.

Artistul are nevoie de libertatea de a se revolta, de a consimți – sau doar de a ridica din umeri. Menținerea acestei libertăți necesită, ca a oricărei alteia, bărbăție și vigilență. În cazul artistului sau al instituției artistice, este necesar curajul de a refuza un patron care atasează sfori invidioase patronajului său. Dar marca de curaj necesar nu diferă dacă patronul se întâmplă să fie un om

de afaceri, o corporație sau, de ce nu, un decan universitar, birocratul unei fundații ori angajatul unei agenții guvernamentale. Când nu a avut nevoie artistul de curajul convingerilor lui?

Ascensiunea interesului firmelor față de artă nu numai că nu este, în sine, dăunătoare; poate fi chiar benefică, din moment ce mărește atât suma totală a sprijinului economic pentru arte cât și, mai ales, numărul surselor diferite cărora artiștii și instituțiile artistice le pot cere ajutorul. Acesta este un fapt de importanță capitală. *Sporește* manevrabilitatea artistului. Îl pune într-o poziție mai avantajoasă pentru a negocia. Mai mult, se poate argumenta pe bună dreptate că afacerile, „folosind" arta într-un mod sau altul, îi conferă un loc mult mai important în viața americană decât cel care i s-a acordat până acum. Cei care deplâng divorțul dintre artă și viață în civilizația industrială, dar în același timp insistă ca arta să rămână complet izolată de scopurile cotidiene ale acestei civilizații, inclusiv cele ale afacerilor, înțeleg greșit sociologia artei. Vor să fie și cu slănina în pod, și cu buzele unse.

Ceea ce ar putea facilita apropierea dintre afaceri și artă, dintre artist, sau instituția culturală ca orchestra sau muzeul, este o nouă conștiință a locului lor în societate, alături de o atitudine conștient-analitică față de patronaj. Trebuie să fie pregătiți să studieze ofertele de sprijin și să determine, în mod rațional și îndărătnic, dacă tranzacția implicată în orice aranjament de patronare este avantajoasă sau nu. Artistul, se înțelege de la sine, nu trebuie să se preteze la un târg care îi violează propriile valori estetice. Trebuie să fie oricând gata să lupte pentru ele. În acest sens, însă, nu e diferit de nimeni altcineva. Omul politic, gazetarul, profesorul, chiar și directorul din afaceri, trebuie să fie și ei dispuși să lupte pentru integritatea lor profesională.

Artistul urmează să se integreze în societatea americană într-un grad fără precedent în istorie. E obligatoriu ca acest lucru să-i afecteze într-un fel creația. Dar arta n-a fost niciodată produsă într-un vid social. Întotdeauna a suferit presiuni. Ar fi o greșeală să presupunem că presiunea acceptării o va ucide. Arta e mai rezistentă decât ne imaginăm cei mai mulți dintre noi. Iar artistul de asemenea. Ceea ce e bun pentru General Motors poate oricând să fie bun și pentru artă.

8

Revoluția organizatorică

Atlasele lumii conțin adesea hărți multicolore care înfățișează repartizarea resurselor naturale ale Pământului – ici cupru, colo tungsten, iar în emiratul Kuweitului țiței. Dacă am putea crea cumva o hartă a „resurselor culturale“ din Statele Unite așa cum se prezentau la jumătatea anilor patruzeci, și încă una care să arate distribuirea artiștilor și a instituțiilor culturale la jumătatea anilor șaizeci, s-ar vedea imediat deosebiri frapante.

De-ar fi să punem pe hartă câte un punct albastru pentru fiecare muzeu, teatru, companie de operă, coregraf sau trupă de balet, am găsi, pe prima diagramă, o concentrare densă de albastru în câteva orașe importante, situate mai ales în Est. În restul țării nu s-ar vedea decât o pulbere albastră rarefiată. După cum, printre puncte, ar exista vaste pete galbene ale deșertului. Pe harta de azi, dimpotrivă, deși continuând să se prezinte concentrări albastre masive în orașele mari, punctele albastre din celelalte zone se vor fi înmulțit ca prin miracol, iar întinderile deșertice se vor fi restrâns considerabil. Descentralizarea a intrat în acțiune. Deși cele mai bune instituții culturale ale noastre se află tot în marile centre demografice, semințele de calitate s-au împrăștiat și prin multe alte locuri.

Totuși, cuvântul „împrăștiat“ rămâne cel mai potrivit. Căci punctele albastre, chiar și în zilele noastre, nu formează pe hartă nici un sistem logic sau sistematic. Arată ca și cum, într-adevăr, ar fi fost risipite pe hartă, cu mâna, la întâmplare. Mai mult, dacă ne îndepărtăm de hartă și privim în schimb lumea reală, impresia de dezordine se accentuează și mai mult. Într-un oraș găsim mai multe muzee, dar nici un teatru; altul se laudă cu două teatre, însă nu are companie de dans; al treilea are câteva dintre acestea, dar nu și orchestră. Pe scurt, suntem izbiți de caracterul haotic al dezvoltării noastre culturale. Și totuși, pe sub suprafață acționează un puternic curent tendențios spre ordine. Acest impuls constituie una dintre cele mai importante – și mai puțin înțelese – forțe de pe actuala scenă americană. Pentru a o înțelege, trebuie să-i examinăm diversele manifestări: apariția consiliilor artistice, marele boom de construcții culturale, precum și ascensiunea acelui nou și surprinzător

concept, centrul de arte. Căci acestea trei, luate la un loc, se însumează într-o amplă mișcare spre raționalizare în industria culturală a Statelor Unite. Rezultatul nu e nici mai mult nici mai puțin decât o revoluție organizatorică a artelor.

Între anii 1945 și 1950, s-au format consilii artistice în opt orașe americane. Prin 1955, numărul lor crescuse la douăzeci și cinci. Astăzi, există consilii artistice în o sută douăzeci și cinci de comunități, din Jacksonville, Florida, până la Tacoma, Washington, și tot timpul iau ființă altele noi. Alte treizeci și cinci de consilii au răsărit dincolo de graniță, în Canada.

Un consiliu artistic este o federație largă care întrunește instituțiile culturale ale unei comunități, în scopuri cooperative. În mod tipic, instituțiile artistice dintr-o comunitate se caracterizează printr-o independență feroce, fiecare avându-și propriii discipoli devotați, fiecare concurând cu vecinii săi și suspectându-și-i. Această liberă întreprindere neregulată are avantajele de a fi destinsă, liberă și deschisă, precum și multicoloră și plină de viață. Dar mai are și dezavantaje, atât artistice cât și economice. Astfel, ea poartă cu sine o tendință spre sectarism și o instabilitate care împiedică maxima dezvoltare a potențialurilor artistice din fiecare instituție. Tinde să limiteze eficacitatea instituției de a atrage un public larg sau ajutoare financiare ample. Consiliul artistic reprezintă o tentativă de a învinge aceste dezavantaje rămânând în cadrul cooperării voluntare.

În Albany, New York, de exemplu, a luat naștere un consiliu după ce un reporter de la *Knickerbocker News* a aflat că trebuia să scrie despre trei evenimente culturale, toate programate să se desfășoare în același timp, dar în locuri diferite. Reporterul le-a telefonat celor trei grupuri de sponsori și și-a exprimat nemulțumirea. Asemenea conflicte fac mai mult decât să-i incomodeze pe ziariști; ele reduc publicul potențial al fiecărei manifestări culturale. Înțelegând situația, liderii locali ai artelor au creat un consiliu, printre ale cărei funcții permanente se înscria și prevenirea programărilor contradictorii. În alte locuri, consiliile s-au înființat pentru a rezolva alte probleme, mai presante, necesitatea unui nou amfiteatru, eventual, sau o penurie cronică de sprijin financiar.

Nu există un „model standard“ al consiliului artistic. Mișcarea e încă prea tânără și fluidă. Unele consilii nu sunt mai mult decât organizații pe hârtie; altele s-au fortificat între timp, având în urma lor o întreagă listă de realizări. Modul exact în care un poate acționa un consiliu artistic ca stimulent cultural în comunitate este exemplificat de istoria orașului St. Paul din Minnesota.

St. Paul se află peste râu de Minneapolis, iar cetățenii săi erau adesea frapați de o anomalie culturală. Minneapolis era sediul uneia dintre cele mai fabuloase orchestre ale țării și al unui prosper muzeu de artă, precum și al

unei comunități academice și al multor grupuri de artiști amatori în plină înflorire. St. Paul, dimpotrivă, era istoricește lipsit de cultură. Marii săi magnați feroviari și comerciali, spre deosebire de cei de pe celălalt mal al râului, manifestau prea puțin interes față de a deveni patroni ai artelor. La sfârșitul anilor patruzeci, viața culturală din St. Paul, atâta câtă era, se concentra în jurul unui grup de instituții șubrede, fiecare luptându-se de una singură să nu dispară. Existau o școală și o galerie de artă conduse de un director cu jumătate de normă. Un muzeu de științe era înghesuit într-o casă decrepită. O mică trupă de teatru prezenta o interminabilă succesiune de comedii și piese polițiste. O societate de operă amorfă și o orchestră civică deloc promițătoare nu făceau decât să întregească tabloul. Singurul concern care funcționa cu adevărat era Clubul Schubert, care importa interpreți profesioniști pentru concerte de câteva ori pe an.

În 1949, primind o subvenție de la Fundația Familială Hill, Liga Minoră din St. Paul a angajat o firmă de cercetări să studieze resursele culturale ale orașului. Raportul acesteia, înaintat în 1950, înfățișa o imagine previzibil de dezolantă, indicând că era mare nevoie de spații civilizate pentru grupele artistice și insistând să se creeze o agenție centrală de coordonare a artelor. În anul următor, orchestra, opera, muzeul de științe, școala-galerie și Clubul Schubert s-au așezat la un loc să se sfătuiască în căutarea unei soluții.

Timp de doi ani, s-au întâlnit sporadic, chinuindu-se să rezolve problema patrimoniului locativ. Aveau nevoie de spații de expoziție, săli de clasă, locuri pentru repetiții și așa mai departe. Și atunci, s-a produs marele pas. Colaborând îndeaproape cu Frank Marzitelli, comisarul orășenesc însărcinat cu muzeele, bibliotecile și sălile de spectacol, au reușit să înghesuie o propunere de însușire a 1,7 milioane de dolari într-o rezoluție de alocare generală, prezentată în fața electoratului în anul 1953. Promulgarea acestei rezoluții le-a pus la dispoziție, spre plăcuta lor surpriză, fondurile necesare pentru a construi un centru de arte și științe în centrul orașului, care în sfârșit avea să le găzduiască activitățile.

În 1954, comitetul ad-hoc s-a dizolvat, înființându-se oficial Consiliul Artelor și Științelor din St. Paul. Consiliul cuprindea nu numai cele cinci grupuri inițiale, dar și sindicatul local al muzicienilor și câteva organizații civice, inclusiv Liga Minoră, care sponsorizase studiul inițial și ajutase tot timpul. Consiliul a angajat un director permanent. A numit o comisie care să aleagă un loc pentru centrul de arte. A angajat un arhitect. A început să publice un calendar lunar al artelor și să dea publicității manifestările culturale ale constituenților. A început să sponsorizeze și activități proprii.

În 1957, directorul a demisionat, iar în locul lui a fost adus Ralph Burgard, care condusese consiliul artistic din Winston-Salem. Tânăr, zvelt și ochelarist,

înarmat cu o enormă energie și *joie de vivre*, precum si o imaginație scânteietoare, Burgard fusese agent publicitar, până când un concediu medical îi lăsase timp să-și regândească viața. A ajuns la concluzia că nu dorea să-și petreacă existența făcând reclame și, în cele din urmă, a ajuns manager asociat al unei orchestre simfonice în orașul său natal, Buffalo, New York. De acolo, a plecat în Winston-Salem și a hotărât prima sa alăturare de mișcarea încă nouă a consiliilor artistice. Sosirea sa în St. Paul a adus cu sine o explozie de energie și activitate în viața culturală a orașului.

În 1959, de exemplu, consiliul, în colaborare cu firmele de afaceri din centrul orașului, a organizat un festival artistic multicolor și atractiv, într-un parking central eliberat anume în acest scop. În separeuri și pe estrade provizorii se prezentau expoziții de artă, spectacole de marionete, dansuri populare, o comedie de Christopher Fry, recitaluri de operă și reprezentații de jazz. Ansamblul de alămuri al Orașelor Gemene fusese împărțit în două grupuri care, amplasate pe acoperișurile unor case, față în față peste parcare, își cântau unul altuia canzonete de Gabrieli. Burgard, cu o undă de autoironie, își amintește că a fost „primul concert stereofonic live în aer liber din lume". În orice caz, era ceva inedit pentru St. Paul și a atras zece mii de spectatori.

De asemenea, Burgard a pus bazele următoarei activități majore a consiliului. Mișcarea consiliului artistic, în peste o duzină de orașe, inclusiv Fort Wayne, New Orleans, Cincinnati, St. Louis și Winston-Salem, a inițiat o nouă și extrem de promițătoare tehnică de colectare a fondurilor pentru arte. Majoritatea instituțiilor culturale funcționează cu regularitate în deficit. Cele din St. Paul nu făceau excepție. Pentru a contracara aceste pierderi, fiecare declanșa regulat campanii de finanțare independente și adesea concurențiale, de obicei cu un entuziasm amatoricesc dar metode complet neprofesioniste. Era o pacoste pentru comunitate, iar efortul nu merita aproape deloc. În 1958, aceste campanii au adus principalelor instituții culturale din St. Paul un total de numai 43.000 $. Banii s-au adunat de la trei sute de donatori.

În 1959, consiliul și-a lansat prima campanie de fonduri reunită. Grupurile constitutive au acceptat să nu mai desfășoare campanii rivale, ci să se întrunească într-un efort comun. Au acceptat să elaboreze bugete detaliate, să le supună unei agenții bugetare centrale și obiective pentru împărțire, să folosească în comun fondurile colectate și să pregătească rapoarte financiare trimestriale, nu anuale. Asemenea măsuri nu reprezintă numai o bună administrare, ci ajută și la convingerea comunității că organizațiile sunt responsabile. Mai mult, promițând să elimine neajunsurile campaniilor rivale și raliindu-și o masă de voluntari dintre discipolii tuturor grupărilor membre, campania a reușit să adune prin susținere financiară publică o sumă mult mai mare decât ar fi întrunit toate eforturile independente combinate. Când s-a

sfârșit, consiliul artistic colectase 147.000$ – cu peste 100.000$ mai mult decât adunase veodată. Toate campaniile ulterioare au mărit totalul. În 1963, suma colectată urcase la 212.000$ – aproape de cinci ori mai mult decât totalul din 1958, iar numărul de contribuabili crescuse de la 300 la 3500. Mai mult, ceea ce însemnau toate acestea nu se putea măsura numai în termeni bănești.

Larga publicitate care i se făcea campaniei anuale a avut efectul secundar de a propaga activitatea instituțiilor artistice. Astfel, participarea generală a afiliaților consiliului cultural s-a dublat într-un interval de patru ani, crescând la 300.000. Stagiunile s-au lungit. În loc să mai ofere trei spectacole și nouă reprezentații pe an, opera prezintă acum șase spectacole și treizeci și trei de reprezentații – toate, într-o sală de 2700 de locuri. Și mai spectaculoasă a fost schimbarea de operațiuni a Teatrului St. Paul, o nouă companie dramatică înscrisă în consiliu în 1956. Într-o perioadă de cinci ani, a ajuns de la șase reprezentații pe an la o sută cinci.

Mai important, calitatea artistică a lucrărilor a sporit substanțial. O expoziție bienală organizată de galerie a fost aleasă de Federația Americană a Artelor pentru circulație națională. Teatrul St. Paul se pregătește să treacă de la statutul de amator la cel semiprofesionist, plănuind să angajeze în trupă un nucleu de actori de meserie. Opera a primit posibilitatea de a importa scenografi și coregrafi profesioniști de la New York, pentru a-și îmbunătăți standardele de calitate ale spectacolelor.

În toamna asta, după multe dificultăți intermediare, consiliul artistic va putea în sfârșit să se mute în casă nouă – centrul de științe și arte. A trebuit să adune un supliment de 900.000$ prin subscripție publică pentru a-l adăuga la fondurile publice de 1,7 milioane dolari, ajunse la dispoziția sa ca rezultat al rezoluției de alocare generală. Noul centru ocupă un cvartal din centrul orașului St. Paul. Va conține o sală de spectacole cu patru sute de locuri, o sală de cinematograf și recitaluri mai mică, un spațiu expozițional pentru muzeul de știință și galeriile de artă, săli de repetiții, birouri și un restaurant pe acoperiș. Pentru prima oară în istoria lor, instituțiile culturale din St. Paul vor avea o dotare fizică adecvată.

Necesitatea de spații mai adecvate pentru instituțiile culturale din St. Paul reprezenta un caz tipic. În S.U.A. au lipsit mult timp – și încă mai lipsesc – scenele de prima calitate, sălile de concerte și alte asemenea construcții cu destinație artistică. Multe orașe, inclusiv unele foarte mari, sunt pur și simplu incapabile să programeze spectacole de operă și balet de calitate, din lipsă de spații și echipamente adecvate. În prezent, se fac eforturi hotărâte pentru a remedia această deficiență. S-a remarcat deja valul activităților de construcții destinate să înzestreze campusurile americane cu clădiri artistice. Această tendință are un corespondent și în afara campusului. La un loc, ele compun ceea ce a fost numit boom-ul construcțiilor culturale.

În 1962, buletinul informativ *Arts Management* a depistat activități de construcție legate de arte în 69 din 147 de orașe sondate. Studiul sugera că bugetul național de construcții pentru asemenea clădiri poate ajunge până la 375 de milioane de dolari.

Din acest studiu a ieșit la iveală încă un fapt remarcabil. Astfel, în timp ce în multe orașe mari se construiesc sau se renovează teatre, săli de concerte și muzee, tipul de proiect cel mai frecvent raportat a fost centrul artistic polivalent. Aceste centre, asemenea celui din St. Paul, adăpostesc o diversitate de activități culturale. De exemplu, Winter Park, un oraș cu 17.000 de locuitori de lângă Orlando, Florida, plănuia o sală combinată de teatru și concerte. Peoria, Illinois, a angajat firma Victor Gruen Associates să proiecteze un centru de 700.000$. Printre celelalte orașe care plănuiesc sau construiesc asemenea centre polivalente se includ Laramie (Wyoming), Trenton (New Jersey), Hartford (Connecticut) și San Leandro (California). În Tacoma, consiliul artistic a remodelat o fostă închisoare, într-un mic centru artistic, iar în Rocky Mount, Carolina de Nord, o stație de pompare feroviară abandonată a fost convertită în scopuri similare. Iar mișcarea nu se limitează numai la orașele mici. Pe lângă giganticul proiect Lincoln Center, despre care vom vorbi mai târziu, se planifică centre în Washington D.C., Atlanta și alte zone metropolitane importante.

Acest mare val de activitate cu cărămizile și mortarul a devenit posibil prin conjugarea a două necesități sociale. Prima, desigur, constă în actuala penurie de asemenea spații. Creșterea interesului cultural în S.U.A. a atras atenția publică asupra acestei lipse. În același timp, națiunea a devenit tot mai preocupată de degradarea orașelor, după un deceniu în care deplasarea spre suburbii a atins proporțiile unei migrații istorice. Astfel, multe orașe, lăsate cu centrul în descompunere, au ajuns să înțeleagă că trebuie să se facă ceva în materie de reînnoire urbană. Necesitatea constă într-o restructurare a orașului american. William L. Slayton, Comisar al Administrației Reînnoirii Urbane din Agenția Locativă și de Finanțare Domiciliară S.U.A., a spus nu demult la o convenție a Ligii Orchestrelor Simfonice Americane: „O nouă formă de oraș – foarte dependent de instituțiile noastre culturale și educative – se află în evoluție clară."

Multe proiecte de reamenajare urbană, a spus Slayton, țin seama de acest lucru. Proiectul Lincoln Center din New York și noua sală de spectacole recent terminată de la Arena Stage din Washington D.C. au făcut parte amândouă din planuri ample de reamenajare urbană implicând nu numai clădirile culturale, ci și locuințe și alte tipuri de construcții. În Milwaukee, un proiect de reînnoire urbană va furniza teren pentru o sală de concerte. În Pittsburgh, proiectul Lower Hill presupune un amfiteatru de concerte, un muzeu

industrial și de artă și un teatru. Mulți americani consideră că programul de reînnoire urbană se limitează la oferirea de locuințe ieftine. Slayton a atras atenția că aceasta e o concepție greșită. Căci, pentru a ne revitaliza orașele, trebuie să se creeze mai mult decât spații de locuit.

Astfel, acțiunea de reamenajare urbană, adesea susținută de interese centrale și apărând într-un moment când instituțiile culturale începeau să se autoorganizeze în consilii artistice interdisciplinare, a pus bazele pentru boom-ul construcțiilor, al cărui simbol aproape național a devenit centrul artistic polivalent. Toate acestea au avut un efect indirect asupra instituțiilor culturale și consiliilor artistice. Construirea unei clădiri noi sau întreținerea acesteia după ce a fost finalizată aduce cu sine o creștere aproape automată a cantității de muncă administrativă necesară. Mai mult, metodele arbitrare nu mai sunt de ajuns. E nevoie de o calificare managerială sporită. Când clădirea servește mai multe discipline artistice diferite, problemele manageriale și administrative se escaladează până la un nivel de complexitate și mai înalt. Toate acestea sunt exemplificate prin cazul Centrului Lincoln, cel mai mare și mai important din toate centrele culturale ale țării. Nici o analiză a revoluției organizatorice și nici un studiu al exploziei culturale nu se pot finaliza fără o examinare a colosului din Lincoln Square.

Lincoln Center este considerat de mulți ca fiind prototipul centrului artistic polivalent. Alte centre sunt denumite adesea „Centre Lincoln junior“, ca și cum proiectul din New York ar fi tatăl, iar ele, progenitura. Totuși, adevărul este că ideea de centru polivalent nu a apărut prima oară la New York. Lincoln Center s-a născut printr-o coincidență care nu s-a produs decât la doi ani după ce ideea centrului artistic fusese discutată și chiar supusă la vot de către cetățenii din St. Paul.

Coincidența s-a ivit în 1955, când comitetul director al Operei Metropolitane a hotărât fără tragere de inimă că sosise vremea să construiască un nou sediu pentru Met. Iubita Casă a Operei Metropolitane pur și simplu nu mai era adecvată. În același an, cealaltă mare instituție muzicală din New York, Orchestra Filarmonică, a aflat că, după 1958, contractul său de închiriere cu Carnegie Hall n-avea să mai fie reînnoit. Carnegie, după ce fusese salvat din balul demolatorilor, era programat pentru dezafectare. Arhitectul Wallace K. Harrison a reunit cele două instituții cu propunerea de a-și rezolva problemele locative pe un spațiu comun. Cu puțin timp înainte, Robert Moses, pe-atunci țar al degajărilor în mahalalele din New York, anunțase un proiect de refaceri urbane pe scară largă concentrat în jurul regiunii Lincoln Square.

Piesele au început curând să se așeze la locul lor. S-a întrunit un comitet civic de mare putere, incluzând nume ca John D. Rockefeller al III-lea, Charles Spofford și Devereux C. Josephs. Au început să se întâlnească regulat

la Century Club pentru a discuta problemele Operei Metropolitane, ale Filarmonicii și, la acea vreme, și ale altor instituții culturale. Nu peste mult, comitetul a angajat o firmă de ingineri consultanți. S-a făcut un studiu de fezabilitate, iar ideea de a construi un singur centru artistic polivalent a început să capete contur. În ziua de 22 iunie, 1956, Centrul Lincoln pentru Artele Spectacolului a fost încorporat ca organizație non-profit.

Ca orice consiliu artistic, ceea ce în esență și este, Lincoln Center e o federație de instituții culturale. Acestea includ Asociația Operei Metropolitane, Societatea Filarmonic-Simfonică din New York, Școala de Muzică Juilliard, Biblioteca Publică din New York și două organizații teatrale pe care le-a creat însuși Centrul: Teatrul Muzical de la Lincoln Center și Teatrul de Repertoriu de la Lincoln Center. În folosul acestor șase instituții, Centrul va administra un complex de șase clădiri, pe paisprezece acri de teren. La data scrierii acestor rânduri, două dintre ele – Sala Filarmonicii și Teatrul de Stat din New York – sunt deja terminate. Celelalte patru se vor finaliza până în luna iulie a anului 1967.

La început, s-a crezut că proiectul total va costa 75.000.000$ – o sumă mai mare decât se gândise vreodată cineva să aloce pentru o singură întreprindere culturală în Statele Unite. După cum a reieșit, aceasta era o subestimare monumentală. În 1964, Lincoln Center anunța că prețul de a-și înălța cele șase clădiri și de a lansa operațiunile avea să se ridice la 160,7 milioane de dolari. Și totuși, în perioada când s-a lansat noua estimație, Lincoln Center colectase deja uluitoarea sumă de 140$ milioane și nimeni nu se îndoia că fondurile rămase aveau să se găsească foarte ușor la momentul necesar. Organizatorii proiectului au cerut contribuții de la fundații, corporații, persoane individuale, guvernul federal, Statul New York, Municipalitatea New York și chiar câteva guverne străine.

În prima stagiune, cu doar o singură clădire în funcțiune, Lincoln Center a atras o participare totală de 725.000 spectatori, iar Orchestra Filarmonică, prima dintre organizațiile constitutive care s-a instalat, și-a realizat primul sezon de vânzări complete, în cei 121 de ani ai săi de existență. Centrul a pus în scenă și concerte ale altor orchestre, din Boston, Cleveland, Philadelphia, Orchestra Națională Franceză și Orchestra din Leningrad. A organizat un reușit festival al filmelor de avangardă. A prezentat recitaluri cu o gamă largă a celor mai reputați artiști muzicali. Au avut loc și spectacole de dans, cu Merce Cunningham, Jose Limon și alții. S-au ținut concerte cu muzică de cameră. Iar prezentarea a inclus premiere newyorkeze sau mondiale ale unor opere de Barber, Copland, Cowell, Harris, Hindemith, Piston, Poulenc, Șostakovici, Milhaud și mulți alți compozitori contemporani.

Dar Lincoln Center nu e doar un moșier glorificat, care să închirieze

spațiul instituțiilor constitutive și artiștilor din afară. A servit ca forță creatoare precum și la înființarea unui fond de 10.000.000$ pentru inițierea de proiecte speciale pe care nici unul dintre afiliați nu le-ar fi întreprins de unul singur. Acest fond a sponsorizat programul care, cu cuvintele Centrului, „a adus spectacole, începând cu Studioul Operei Metropolitane, Filarmonica din New York și tineri artiști de la Școala Juilliard, și sfârșind cu peste o treime de milion de elevi ai gimnaziilor și liceelor din zona metropolitană." A alocat fonduri pentru a ajuta la convertirea Școlii Juilliard, din conservator de muzică, într-un centru avansat de studii pentru toate artele interpretative. A oferit banii de început pentru a crea o companie teatrală de repertoriu. Va finanța o serie de festivaluri de artă estivale, cu începere din 1966. Acestea vor întruni artiști din toate disciplinele interpretative și vor prezenta lucrări noi, comandate de centru. De asemenea, va subvenționa un program special, în cadrul căruia vor fi aduși să predea profesori de arte ale spectacolului de pe tot cuprinsul Statelor Unite.

În pofida tuturor acestor planuri și realizări, Lincoln Center s-a adâncit în controverse încă de la înființare. Mai întâi, au existat nemulțumiri cu privire la alegerea locului. Apoi, unii au considerat că ar fi mai bine ca toate instituțiile să nu se concentreze într-un singur loc, ci în schimb să fie dispersate prin tot orașul. Au apărut acuzații că operațiunile comasate aveau să prejudicieze cumva excelenta și îndrăzneața companie de operă și balet din Centrul New York City. (Așa ceva nu s-a întâmplat și nici nu sunt semne că se va putea întâmpla vreodată în viitor.) Unii critici au afirmat că Lincoln Center a prezidat asasinarea Carnegie Hall-ului. (În prezent, la New York există *atât* Lincoln Center, *cât și* Carnegie Hall, și *amândouă* prosperă.) Ulterior, s-au înregistrat plângeri cu privire la acustica Sălii Filarmonicii și, mai târziu, nemulțumiri referitoare la textele alese în repertoriul teatrului. Au existat reclamații că biletele erau prea greu de găsit și prea scumpe. Oamenii s-au plâns că sălile erau prea mici și nu se prevăzuseră strapontine. S-a protestat față de sculpturile din Sala Filarmonicii și problemele de parcare de afară. Unele critici au fost bine gândite și justificate, iar altele răutăcioase și destructive.

Este adevărat că orice proiect important prilejuiește controverse. Controversele sunt sănătoase. Ele dovedesc că oamenii sunt preocupați. Dar controversele referitoare la Lincoln Center au fost deosebit de numeroase și trebuie să recunoaștem că una dintre sursele de ostilitate a constat în însăși mărimea centrului. Lincoln Center este, probabil, cel mai mare agregat de clădiri, artiști și personal administrativ întrunit vreodată la un loc, în numele culturii. E o țintă irezistibilă pentru criticile iresponsabile.

Și totuși, mai oferă și motive de îngrijorări legitime. Căci Lincoln Center reprezintă, într-o formă avansată, aceeași tendință spre organizarea mai

elaborată și sofisticată pe care o simbolizează și mișcarea consiliilor artistice, proliferarea asociațiilor naționale și regionale de arte și crescânda complexitate a artei și a administrării sale. Persistă mitul că arta e simplă prin natura ei. Nimic n-ar putea fi mai departe de adevăr, mai ales în artele interpretative. Mai mult, procesele implicate în arta comunicativă devin permanent mai specializate și mai rafinate, în timp ce artistului i se deschid noi mijloace de informare, iar societatea evoluează spre complexitate și interdependență.

Această complexitate se reflectă în câteva cifre simple, dar semnificative. Institutul de Artă din Chicago are patru sute de angajați. Muzeul de Artă Modernă din New York are cam două sute șaptezeci și cinci. Unii dintre constituenții Centrului Lincoln fac aceste cifre să pară relativ mărunte. Astfel, numai Opera Metropolitană folosește între 1.200 și 1.500 de persoane pe parcursul unui an, dintre care aproximativ 900 sunt angajați în oricare săptămână din timpul stagiunii. Acestea includ primadone, instrumentiști, tâmplari, secretare și sulițași, plus o surprinzătoare diversitate de specialiști, de la contabili până la experți în relațiile cu publicul. Una peste alta, cele șase instituții constitutive ale Centrului Lincoln vor folosi, la puterea maximă, aproximativ 2.000 de oameni. Iar Centrul propriu-zis, responsabil pentru coordonarea programului constituenților și pentru furnizarea anumitor servicii esențiale, va avea un personal de 250 de oameni. Numai Centrul singur are de-a face cu nu mai puțin de nouă sindicate diferite. Trebuie să coordoneze planuri de pensionare, beneficii marginale, asigurări, finanțe, bilanțuri, contabilitate, programări, administrație imobiliară, achiziții și o pleiadă de alte funcții specializate, ca să nu mai vorbim de direcția artistică.

Pentru a pune ordine în această complexă super-entitate, s-a redactat un tabel de organizare care arată ca un document de la Pentagon. Există o comisie de directori, un consiliu alcătuit din principalii funcționari ai serviciilor de personal din toate instituțiile constitutive și un așa-numit „cabinet“ alcătuit din cei mai importanți administratori ai Centrului propriu-zis, adeseori fiind imposibil să se stabilească o audiență cu câte unul dintre ocupații directori ai Centrului. Iar Lincoln Center nu este singurul care să posede o tabelă organizatorică atât de complexă. În comparație cu învălmășeala de comitete, comisii și consilii dintr-un plan similar pregătit de Booz, Allen & Hamilton, consultanții administrativi, pentru un centru artistic propus în St. Louis, până și Lincoln Center pare primitiv. Pe scurt, birocrația și-a făcut intrarea în industria culturii.

Majoritatea instituțiilor culturale, desigur, nu sunt nici pe departe atât de complexe ca Lincoln Center sau măcar constituenții săi majori. Unele încă mai sunt simple și fermecător de neprofesioniste în modul cum își administrează activitățile. Dar până și instituțiile mici sunt tot mai prinse în fluxul crescând al hârțoagelor. Într-adevăr, ajutarea afiliaților de a rezolva volumul

tot mai mare al acțiunilor administrative este unul dintre cele mai importante servicii oferite de consiliile artistice. Multe oferă servicii clericale centrale pentru grupările membre. Achiziționează spații de reclamă, hârtie și manoperă tipografică, precum și alte articole vrac, astfel reducând atât costurile, cât și munca de birou. Mențin liste poștale centrale și efectuează înscrieri centralizate sau campanii de vânzare a biletelor. Oferă bilanțuri financiare centrale, contabilitate și chiar servicii de investiții.[1] Peste tot, se fac presiuni spre dezvoltare și extindere. Mai mult, există pedepse pentru cei care se opun. Nu întâmplător, în 1963, când Fundația Ford a sponsorizat cu multe milioane de dolari coregrafia, banii au ajuns la companiile de balet mai ferm stabilite și mai profesionist conduse, câtă vreme trupele de dans modern, a căror administrare tinde spre un amatorism haotic, n-au primit nimic. Hotărârea Fundației a ținut seama și de alte considerente, desigur, dar o fundație nu-și poate împrăștia cu nepăsare fondurile. Ea trebuie să fie convinsă de responsabilitatea financiară a receptorului. Același lucru este valabil și pentru alte genuri de patroni instituționali. Mai mult, acumularea de fonduri în general a devenit mult mai complexă decât era în epoca marilor patroni individuali. Astăzi, colectorii de fonduri trebuie să se adreseze mai multor tipuri de public, cu apeluri specializate. Devin tot mai implicați în promovări prin corespondență directă, sondaje statistice, publicitate, prezentări detaliate și așa mai departe. Mai mult, câtă vreme patronul bogat din trecut își putea permite să țină un manager ineficient dar slugarnic, instituția artistică modernă e privită tot mai mult ca un trust public sau cvasi-public, prin urmare acordându-i-se o încredere sporită. Se așteaptă din partea ei să își folosească profitabil resursele limitate.

Dar presiunile spre birocrație nu sunt numai economice. Și nici nu se datorează în primul rând prostiei, venalității sau poftei de putere. Ele sunt o consecință firească și inevitabilă a dezvoltării într-un mediu birocratizat. Presiunea internă spre birocrație apare ori de câte ori o instituție artistică își asumă o nouă funcție. Cândva, muzeele au fost doar niște magazii fanteziste. Astăzi, sunt centre de cercetare, centre de învățământ și agenții de servicii, precum și depozitare ale comorilor din trecut și prezent. Fiecare funcție nouă pe care o preiau necesită talente suplimentare și coordonare mai rafinată. Mai mult, chiar și executarea vechilor funcții, ca prezentarea sau restaurarea operelor de artă, este astăzi mai complexă și mai științifică decât în trecut.

Atitudinea schimbată a instituțiilor noastre față de public contribuie de asemenea și la răspândirea birocrației. În trecut, pe muzeul ca instituție nu

1. Câteva instituții artistice, întrucât își primesc fondurile mai mult sau mai puțin în bloc, investesc în garanții guvernamentale și retrag fondurile după necesitate, pe parcursul anului. (n.a.)

era interesat dacă publicul îi folosea vreodată sau nu colecțiile. Astăzi, el încearcă insistent să atragă publicul, folosind și coordonând în acest scop priceperea specialiștilor săi. Zilele simple și somnoroase au rămas în urmă.

Asemenea presiuni sunt imposibil de ocolit. Li se poate rezista numai cu prețul refuzului de a evolua, al refuzului de a satisface necesitățile comunității, al refuzului de a ridica mereu standardele artistice. În viitor, sarcinile instituțiilor culturale vor fi și mai net definite. Vom asista la o accentuare a diviziunii muncii. Noi reguli și reglementări vor guverna ierarhia autorității. Vor exista și mai multe hârțoage, iar funcționarii vor găsi în instituție nu numai un loc de muncă, ci și o carieră.

Într-adevăr, revoluția organizatorică se reflectă deja în începuturile unei noi profesiuni – administrația artistică. În Statele Unite sunt actualmente angajate câteva mii de persoane ca funcționari în industria culturală și se semnalează o nevoie clară și urgentă de mai mulți. Conform Fundației Ford, „o lipsă de administratori competenți inhibă dezvoltarea grupărilor artistice. (...) Dacă s-ar asigura o administrație competentă, organizațiile teatrale, muzicale și de operă s-ar putea ridica la noi niveluri de performanță artistică." Această nouă profesiune își formează și o literatură de specialitate, exemplificată prin *Art Management*. În 1963, la cererea lui Alvin H. Reiss, redactorul publicației, a fost primul curs de credit colegial din țară, la Școala Nouă de Cercetări Sociale din New York. Ne putem aștepta să observăm, o dată cu trecerea anilor, o și mai mare cristalizare a acestei noi profesiuni.

Nu numai că ia naștere o nouă profesiune influentă, dar aceasta apare într-un moment când celelalte forțe din cadrul instituției își pierd autoritatea. Înlocuirea donatorilor individuali vanitoși cu o combinație de mici donatori, oameni de afaceri, fundații și alții, a determinat un transfer în balanța de putere internă din cadrul instituției. Cu băierile pungii nemaifiind atât de strâns ținute într-o singură mână, managerul e acum mai liber decât în trecut să-și afirme propria influență. Acest lucru e direct comparabil cu un divorț între putere și proprietate, în lumea corporatistă.

Criticii birocrației îi scot în evidență cumplitele defecte, și nu e nevoie să insistăm asupra faptului că aceste defecte sunt deosebit de periculoase pentru artă. Căci birocratul ideal este opusul aventurierului. El preferă siguranța și stabilitatea, în locul inovației și al experimentului. Dorește lucruri comode și previzibile. Lucrează sub presiunea de a produce rezultate măsurabile. Ce anume înseamnă toate acestea pentru artă e prea evident pentru a necesita o expunere, iar omisiunea exprimării lor nu trebuie să fie interpretată ca insensibilitate față de aceste pericole.

Dar sabia are încă un tăiș, adesea trecut cu vederea. Căci revoluția organizatorică acționează în două sensuri, iar birocrația poate aduce, pe lângă

neajunsuri, și beneficii tangibile. Pe primul plan, desigur, se află eficiența. Mulți critici ai Centrului Lincoln, au resentimentele lor față de birocrație și întreabă: „De ce nu s-au rezumat să ia toți banii ăia și să-i dea artiștilor? Cui îi trebuie rânduri-rânduri de funcționari?“

Aceasta e reclamația omului mărunt care tânjește după simplitatea din trecut și e orb față de realitățile prezentului. Căci adevărul este că, dacă nu se grupau diversele instituții într-un singur centru cuprinzător, nici cele 160 de milioane, sau măcar 75 de milioane, n-ar fi existat. Simplul fapt de a combina instituțiile culturale și a face în comun apel la bunăvoința publicului face posibilă ralierea sprijinului comunitar, care altminteri ar fi inaccesibil. Nici o conducere orășenească sau de stat, și prea puține fundații sau firme de afaceri, ar fi fost atât de generoase cu Opera Metropolitană și Filarmonica pe cât au fost față de un proiect colectiv care încorpora într-o singură formă dramatică mai multe dintre principalele elemente ale vieții culturale newyorkeze. Mai mult, însăși combinația resurselor a făcut posibil să se întrunească personalul și calificările necesare pentru a colecta fonduri pe o scară atât de vastă – și la un cost per dolar mult inferior celui al multor campanii de finanțare independente și probabil concurențiale.

Birocrația a fost introdusă atât de demult în aparatul de stat și în cel de afaceri, încât de-acum neajunsurile exceselor sale s-au instalat. Tindem să uităm că, în fazele ei inițiale, e foarte eficientă. Prima sa virtute este aceea că, departe de a fi risipitoare, tinde să conserve resursele și să le aplice rațional. Ba chiar, dacă nu era mai eficientă și mai economică și dacă nu deschidea noi posibilități, n-ar fi putut niciodată să înlocuiască formele mai primitive de organizare care au precedat-o.

În al doilea rând, birocrația poate aduce cu sine continuitate. Caracterul efemer de până acum al atât de multor trupe teatrale, companii de operă, orchestre și instituții de cultură similare din Statele Unite nu a fost numai păgubos în sens economic, ci și copleșitor de distructiv pe plan artistic. Căci e nevoie de timp, adesea mulți ani, pentru ca o orchestră să evolueze până la perfecție, pentru ca un muzeu să-și extindă colecțiile, pentru ca o companie de operă să-și mărească repertoriul și calitatea, pentru ca o instituție să-și găsească locul potrivit în viața comunității. Revoluția organizatorică le promite o viață mai lungă și șanse mai mari de dezvoltare artistică multora dintre instituțiile noastre culturale.

În al treilea rând, ea dă posibilitatea unui grad de planificare imposibil de atins într-o întreprindere sau industrie administrată arbitrar. Ascensiunea formelor organizatorice superioare, cum sunt consiliile artistice sau centrele de artă, promite să compenseze unele dintre slăbiciunile care însoțesc împrăștierea instituțiilor culturale la întâmplare, ca niște puncte albastre pe o hartă.

Prin existența Centrului Lincoln, factorii săi de decizie au posibilitatea să privească în jur, să observe că orașului New York i-a lipsit un teatru repertorial de înaltă calitate, iar apoi să încerce să remedieze această deficiență. Un centru sau consiliu are capactatea de a privi dincolo de nevoile constituenților săi.

În sfârșit, și poate pe cel mai important plan, întrunirea diferitelor discipline artistice cu ajutorul tehnicilor avansate de organizare deschide perspective estetice cu totul noi. Consiliul artistic și centrul de artă oferă un forum în care artiștii din discipline diferite, până acum închiși în compartimente ermetice, au ocazia de a face schimburi zilnice de idei și fertilizări prin încrucișarea talentelor. Sunt încurajați să experimenteze noi fuziuni între muzică și teatru sau dans și arte vizuale. Nu întâmplător, artiștii din ziua de azi fac mai multe experimente cu formele interdisciplinare. Ceea ce s-ar putea să înceapă să ia formă este o nouă unitate a artelor în societatea noastră și o nouă concepție asupra semnificației cuvântului „cultură".

Nimic din toate acestea nu înseamnă că birocrația încetează să fie o amenințare la adresa artei. Dar înseamnă totuși că revoluția organizatorică antrenează cu sine atât promisiuni, cât și pericole. Nu are nici un rost să ne revoltăm împotriva birocrației. Ea este o trăsătură a societății contemporane pe care trebuie să învățăm s-o acceptăm și, mai important, s-o exploatăm în propriile noastre scopuri.[2]

Acest lucru sugerează că, în crearea noilor centre și consilii artistice, trebuie să se pună continuu accentul pe autonomia artistică a instituțiilor constitutive. Deciziile lor artistice nu trebuie să se centralizeze în supra-organizație. Când centrul sau consiliul își asumă inițierea unor activități artistice proprii, trebuie ori să le lase să fie executate de afiliații săi, ori să-și creeze propria agenție pentru a o face într-un fel care să nu afecteze libertatea afiliaților de a-și urmări propriile destine artistice. Multe consilii din zilele noastre sunt, de fapt, sensibile la această chestiune și ezită până și să ofere sfaturi artistice afiliaților, dacă acestea nu li se cer în mod concret.

În continuare, trebuie să educăm întreaga nouă generație de artiști, managerii tot mai puternici și, în special, noii patroni și membrii din conducere, cu privire la pericolele inerente ale birocrației, astfel încât fiecare decizie care mărește birocrația să poată fi cântărită rațional înainte de a fi adoptată. Mai mult, trebuie să fie inculcată o atitudine complet nouă față de consiliile și centrele noastre artistice. Ar trebui să le încurajăm dezvoltarea, dar trebuie să

2. După cum indică scrierile sale ulterioare, și în special *„Powershift - Puterea în mișcare"* (Editura ANTET, 1995) și *„A crea o nouă civilizație"* (Editura ANTET, 1995), Alvin Toffler a depășit, în timp, această atitudine tolerantă față de tot ceea ce înseamnă birocrație, oferind numeroase soluții practice pentru modernizarea sau chiar înlăturarea ei. (n.tr.)

le privim în perspectivă. Va sosi momentul, mai devreme sau mai târziu, când procesul birocratizării va înainta excesiv și va începe să ne standardizeze producția culturală. Trebuie să fim pregătiți pentru această eventualitate. În acel punct, s-ar putea să fim nevoiți, în sens figurativ, să dărâmăm consiliile și centrele pe care le construim azi și să reorganizăm industria culturii în moduri încă neimaginate. Acest lucru nu trebuie să ne descumpănească, întrucât procesul dezvoltării, al decăderii și al regenerării în societate este nesfârșit.

În fine, revoluția organizatorică insinuează că, în același timp în care facem tot ce putem pentru a încuraja dezvoltarea consiliilor, a centrelor și a administrației eficiente, trebuie de asemenea să ne străduim să cultivăm acele instituții culturale care sunt prea tinere, prea îndrăznețe, prea experimentale sau pur și simplu prea încăpățânate pentru a intra în întreprinderi cooperative. În fiecare oraș, o dată cu trecerea timpului, vom dezvolta un nucleu de instituții stabile, probabil legate între ele. Aceste instituții pot tinde spre „sigur“ – ceea ce nu e complet rău. Este perfect legitim și necesar ca o națiune să aibă un corp de instituții culturale conservatoare, căci prin intermediul acestora se consolidează câștigurile și se construiește tradiția. Dar în jurul acestui miez vor crește instituții mai mici și mai puțin solide. Pentru ele, viața va fi tot mai dificilă, în afară de cazul în care ne vom da seama că pot fi la fel de importante pentru sănătatea culturii noastre, pe termen lung, ca instituțiile centrale de astăzi.

Pe scurt, problema alegerii judicioase a momentului e critică. În prezent și în viitorul previzibil, trebuie să privim revoluția organizatorică, în ansamblu, ca fiind o forță sănătoasă, stimulatoare și pozitivă. Mâine, s-ar putea să trebuiască s-o reevaluăm.

PARTEA A TREIA

Artă și bani

„Laudele pure nu ușurează viața: trebuie să le amesteci cu ceva solid; iar cel mai bun mod de a lăuda, e cu mâna. (...) Banii îndreaptă judecata minții, iar în pungă, multă înțelepciune se găsește."

Profesorul de muzică, din **„Burghezul gentilom"**

9

Salariile în artă

În 1960, doi iscoditori cercetători ai științelor sociale, pe nume Beardslee și O'Dowd, au scormonit psihicul a o mie două sute de studenți de colegiu, într-un efort de a afla ce gândesc americanii despre un număr de ocupații și profesiuni. Printre carierele studiate se număra și aceea de „artist". Studenților, toți din colegii de arte liberale, li s-a cerut să așeze artistul pe câte a treaptă a unei serii de scări poziționale. Rezultatul final a constat într-o reprezentare în cuvinte a imaginii mintale pe care o producea menționarea cuvântului „artist".

Artistul, Dumnezeu să-l ajute, a reieșit ca fiind, conform acestor tineri, un băiat „intuitiv, repezit, schimbător, excitabil și care revendică atenția", dar în același timp și „profund, interesant și pitoresc". „Individualismul și radicalismul" său, ambele „uluitoare", mergeau mână-n mână cu „iresponsabilitatea și refuzul de a-și aduce contribuția în societate într-un mod disciplinat. (...) Cu artistul nu se asociază nici bogăția, nici poziția socială și nici un alt semn al vieții bogate și plăcute", raporta un sumar al constatărilor.

Pe scurt, nici un om cu mintea întreagă n-ar fi dorit să-și facă o profesiune din urmărirea muzelor.

Studiul nu definea „artistul" și lăsa în aer multe întrebări. Dar, dacă o pereche de sociologi-statisticieni ar fi efectuat un sondaj de același fel în urmă cu douăzeci și cinci sau treizeci de ani, putem suspecta că ar fi ajuns la alte concluzii. Căci este evident că studenții de colegiu continuau să-și imagineze artistul în termenii unui vechi stereotip romantic. Acest lucru reprezintă un decalaj cultural. Realitatea este că *la vie bohême*, ca sistem de viață pentru artistul american, a murit sau e pe moarte. America încă mai are mulți pictori, sculptori și compozitori care locuiesc în mansarde, aceste echivalente contemporane ale podurilor de demult. Dar situația lor nu este deloc tipică. Excepție făcând Greenwich Village, unde chiriile sunt mari și romantismul în floare, putem spune cu deplină siguranță că artiștii din ziua de azi se pot găsi în suburbii confortabile sau în cartiere rezidențiale de calitate medie ori submedie. Un locatar al cartierului galeriilor de artă de pe Madison Avenue

poate privi de la fereastră cum vin artiștii să-și aducă lucrările în galerii. Circulă cu microbuze ultimul tip. Cu siguranță, înseamnă ceva că un vânzător de Volkswagen-uri de pe Fifth Avenue a desfășurat nu demult o promovare specială, menită să le vândă artiștilor microbuze cu 2290$ bucata.

După cum vom vedea, avem motive să fim optimiști în legătură cu viitorul economic al artistului din America. În ansamblu, ar fi prematur să presupunem că problemele sale sunt rezolvate. Nu sunt nici pe departe. E un fapt deconcertant că explozia culturală, care a dus la nașterea atâtor noi galerii, scene și săli de concerte și a lărgit enorm piața de bunuri și servicii culturale, s-a transpus încet într-o compensație economică satisfăcătoare pentru artist. Spre a înțelege această aparentă contradicție, e necesar să explorăm faptele economice ale vieții, așa cum operează ele în viața artistului muzical.

În ziarele rusești din secolul al optsprezecelea, conform muzicologului Nicolas Slonimsky, cititorii puteau găsi de multe ori anunțuri ca acesta:

Muzicant de vânzare, vârsta 26 ani, înălțimea 6 picioare 2 degete, cântă la contrabas și clarinet, voce bas; e o lipitoare, poate scoate sânge cu lanțeta, știe să bărbierească, aplică clistire.

De-atunci încoace, civilizația a progresat. Medicina, mergând mereu înainte, de la un mare moment la altul, a lăsat în urmă lanțeta și lipitorile, iar artiștii muzicali nu mai prea sunt vânduți și cumpărați pe piața liberă. Cu toate acestea, mulți dintre ei încă mai par să se considere niște sclavi.

În ultimii câtiva ani, unele dintre cele mai importante instituții muzicale ale țării au fost zguduite de greve și tulburări sindicale. În mod semnificativ, în multe dintre aceste conflicte, protestele au fost exprimate de către interpreți înșiși, nu de oficialitățile lor sindicale. Peste tot apar comitete atotcuprinzătoare, adeseori conduse de muzicieni tineri, nu numai pentru a contesta administrația orchestrelor, ci și ca să atace Federația Muzicienilor Americani, sub acuzația că e prea conservatoare. Se distinge clar o nouă stare de spirit militantă.

Ironia întregii situații, desigur, este aceea că apare în toiul creșterii numărului de spectatori la concerte și al sporirii vânzărilor de discuri. Ironic sau nu, cadrul creator al muzicii americane, cu doar câteva excepții, continuă să sufere de o ciudată malnutriție economică.

Cel mai agitat și totodată mai puternic organizat segment din „forța de muncă" a muzicii clasice este, în momentul de față, alcătuit din instrumentiștii orchestrali ai țării. Federația Muzicienilor Americani estimează că, dintre cei 277.400 membri ai săi, numai circa 12.500 sunt profesioniști ai muzicii clasice. Printre aceștia sunt 3.250 de membri a 26 de orchestre importante din S.U.A. și Canada și 1.000 de membri ai orchestrelor specializate de operă și balet.

Aceștia reprezintă nucleul orchestranților serioși ai țării. Pe lângă ei, mai există aproximativ 6.500 de instrumentiști clasici, angajați neregulat în orchestrele secundare ale țării.

În 1961, A.F.M.[1] a efectuat un sondaj panoramic asupra condițiilor economice ale acestor muzicieni. Printre clasicii literaturii revoluționare, documentul rezultat se plasează undeva între *Oamenii din abis* de Jack London și *Azilul de noapte* al lui Maxim Gorki. Acest sondaj nu numai că era plin de cele mai deprimante statistici, dar comentariile celor intervievați aruncau o lumină potrivit de sumbră asupra vieții instrumentistului de orchestră.

Studiul se limita numai la membrii orchestrelor importante, care sunt plătiți mai bine decât majoritatea celorlalți. În pofida acestui lucru, a constatat că beneficiul mediu al unui interpret orchestral se cifra la mai puțin de 4.000$ anual. Și, într-o epocă a câștigurilor colaterale în plin avânt, numai zece orchestre dintre primele douăzeci și șase aveau un fond de pensii de un fel sau altul. Numai patru le ofereau instrumentiștilor facilități spitalicești. Mulți muzicieni nu sunt nici măcar eligibili pentru ajutorul de șomaj, în perioadele când nu găsesc de lucru.

Dar principala nemulțumire a instrumentistului simfonic, aruncând în umbră până și problema salariilor, se referă la scurtimea stagiunilor. Când Orchestra din Philadelphia, nu demult, a semnat un contract care le garanta interpreților 48 de săptămâni de muncă pe an, plus o vacanță de patru săptămâni și un venit minim de 12.400$, acesta a fost un eveniment în istoria muzicii. Contractul este un vestitor al viitorului. Dar, în perioada studiului A.F.M., numai nouă dintre primele 26 de orchestre aveau posibilitatea de a-și ține oamenii angajați până la 30 de săptămâni pe an. Lungimea medie a stagiunii era de 27 de săptămâni, iar printre orchestrele mai mici era și mai scurtă.

Întrucât stomacurile tuturor acestor muzicieni funcționează, cu diverse grade de eficiență, în toate cele 52 de săptămâni ale anului, nu e surprinzător că mulți sunt nevoiți să-și completeze câștigurile cu ajutorul altor slujbe. Nici unul dintre instrumentiștii intervievați nu a susținut că ar fi știut să bărbierească sau să fie dibaci cu lanțeta ori clistirul, dar cunoșteau totuși o mulțime de alte ocupații. Herman Kenin, președintele A.F.M., spune: „Avem printre membrii noștri cel puțin un mediator de pariuri, un corector, un comis-voiajor la Fuller Brush, un deratizator, un psihoterapeut, un vânzător de înghețată, un măcelar, un funcționar de bancă și un barman, ca să nu mai vorbim de un prospector aerian, un ghid forestier și un culegător de mazăre." Meseriile alternative nu numai că răpesc din timpul de repetiții și distrag concentrarea

1. American Federation of Musicians - vezi mai sus. (n.tr.).

muzicianului, dar de obicei creează și cazuri de schizofrenie latentă. Răspunsurile individuale ale instrumentiștilor la sondajul sindicatului reflectă acest lucru, alături de o hazna plină cu alte spaime, resentimente, frustrări și revolte. „Tot ce pot spune", a scris unul dintre subiecți, „e că o găsesc o rușine – muzică și zugrăvit, halal combinație pentru un talent muzical primit de la Dumnezeu. Da, credeți-mă, fără zugrăvit, eu, soția și copilul meu nu am scoate-o la capăt. Oricum, IUBESC MUZICA!"

„Am muncit pe brânci", a scris altul, „pentru a-mi menține standardele profesionale la un nivel înalt. Am cheltuit o mulțime de bani ca să devin muzician și am plătit la fel de mult pentru un instrument bun. Mă doare în adâncul sufletului să știu că nu pot scoate un câștig constant pe tot parcursul anului. Serios, nu vreau nimic pe gratis. Vreau de lucru. (...)" Altul, un om cu 46 de ani de experiență instrumentală, se lamenta: „În nici un an din viața mea nu am reușit să câștig cinci mii de dolari. Măcar atâta ar trebui să câștig."

Un muzician a rezumat totul astfel: „Avem nevoie de un venit anual cel puțin egal cu al unui muncitor necalificat. Așa cum stau lucrurile, suntem siliți să trăim ca niște zilieri culturali."

Ceea ce ascute înverșunarea instrumentistului este omniprezentul contrast cu dirijorul. În orchestrele majore, unde în zilele noastre spiritul rebeliunii e cel mai intens, salariile dirijorilor încep de la circa 16.000$ și se reped imediat în sus. Oameni ca Bernstein sau Ormandy pot câștiga 50.000$ pe an sau chiar mai mult, numai din salariu, iar majoritatea dirijorilor de renume își îngrașă plicul cu leafa adăugând participări ca invitați ai altor orchestre, apărând din când în când la televiziune sau radio și, cel mai des, încasând drepturi de autor din vânzarea discurilor.

Când acestei diferențe dintre nivelurile de trai dirijorul îi adaugă insistența pentru disciplină și o răceală studiată față de problemele oamenilor săi, cum fac unii, aburii generati pot deveni explozivi. Membrii Filarmonicii din Philadelphia, cu ocazia unei greve, au cerut să arunce o privire în registrele financiare ale orchestrei, parțial fiindcă doreau să afle cât câștiga Eugene Ormandy. (N-au aflat.) Cel puțin un dirijor reușește să agraveze și mai rău situația, apostrofându-și oamenii să lase banii în pace și să se gândească numai la artă – în vreme ce nevastă-sa își afișează câte o nouă garderobă franțuzească în fiecare sezon. Pentru omul de pe scaunul viorii a doua, dirijorul arată deseori precum Cresus și n-a fost nici o surpriză faptul că, atunci când un maestro-caporal a luat avionul pentru a onora o invitație specială în altă parte, secția de coarde s-a întrunit special ca să se roage să se prăbușească. Singurul refuz a provenit de la un membru care a susținut că era nedrept „să le facem asta tuturor celorlalti pasageri nevinovați de la bord."

Dirijorul unei orchestre importante poate câștiga, probabil, un venit de

10-25 de ori mai mare decât violonistul orchestrei la apogeul carierei. Situația e larg răspândită, dar în afacerile cu concerte (distincte de lumea orchestrală), extremele de bogăție și sărăcie contrastează și mai dramatic. Puțini dintre dirijori văd ce fel de cec încasează un solist de concert când – și, desigur, dacă – acesta „se ajunge“ vreodată.

În S.U.A. există actualmente aproximativ cinci sute de bărbați și femei care își câștigă existența cântând ca soliști profesioniști la concerte. Din acest număr, probabil că nu mai mult de cinci la sută, eventual, câștigă la fel de mult ca un dirijor de renume. Dar în cadrul acestui mic cerc de vedete ale concertelor există bărbați și femei care câștigă 250.000$ pe an sau chiar mai mult, precum și alții care ar putea să câștige sume mari, dacă i-ar lăsa contabilii. Mulți artiști de concert, răspunzând la legea reducerii profiturilor post-fiscale, câștigă repede 100.000$ sau 150.000$, după care trag oblonul pe anul în curs.

Poate că interpreții individuali cel mai bine plătiți din America zilelor noastre sunt pianiștii – Rubinstein și Cliburn, care pot pretinde fiecare câte 6.000$ sau chiar mai mult la o singură reprezentație, deși Cliburn preferă de multe ori să cânte pentru un procentaj din încasările brute decât pentru o sumă fixă. Printre violoniști, cu Heifetz relativ inactiv, cel mai mult câștigă Isaac Stern, Nathan Milstein și Zino Francescatti, toți având reputația de a depăși limita cu șase cifre, dar fără ca vreunul dintre ei să orbiteze în rarefiatul cerc Rubinstein-Cliburn. De asemenea, și unele stele de operă se descurcă bine. Astăzi, Callas și Tebaldi ar putea probabil egala fiecare câștigurile unui Rubinstein, dacă ar vrea, iar Leontyne Price, care s-a repezit abia recent în primele rânduri, se numără deja printre marii câștigători. Din aceeași clasă fac parte și unii mari soliști de operă, ca Richard Tucker.

Dar afacerile cu concerte au și o latură nevăzută, mai puțin glorioasă și comentată. Mulți artiști de concert, inclusiv „nume“ ca Heifetz, care nu are nevoie, aparțin unui sindicat – Ghilda Americană a Artiștilor Muzicali[2]. A.G.M.A. a ajutat să se îmbunătățească soarta soliștilor, coriștilor și dansatorilor de operă. Dar, întrucât solistul de recital e mai degrabă un liber-profesionist decât un salariat, el tinde mai puțin spre acțiunile de grup. Mai mult, un solist care recunoaște că are dificultăți economice acceptă o lovitură aplicată orgoliului său. Din aceste motive, publicul află mai puține despre greutățile artiștilor de concert decât despre ale instrumentiștilor orchestrali.

Cu toate acestea, problemele solistului de recital încep de timpuriu. În generația trecută, Statele Unite și-au format o gigantică mașinărie de învățământ pentru instruirea muzicanților profesioniști. Acest aparat, după ce a fost pus în mișcare, a ajuns acum la supra-producție. Căci numărul de cariere

2. (În orig.) American Guild of Musical Artists. (n.tr.).

deschise interpreților de concert e încă mic, iar concurența pentru carierele de recital este zdrobitor de strânsă.

Candidatul pentru una dintre aceste cariere trebuie să facă o investiție enormă în studii avansate și în cumpărarea unui instrument de calitate. O dată ce a atins nivelul de competență profesională, trebuie să-și găsească un manager. Fără așa ceva, îi e pur și simplu imposibil să activeze ca profesionist. Managerii sunt asaltați, suprasolicitați și învinuiți de tinerii plini de speranțe.

Gambitul uzual este ca aspirantul să închirieze Carnegie Hall, Town Hall sau o sală mai modestă, pentru un așa-numit debut la New York. Acesta poate costa de la 1.000 $ în sus, iar singurul său scop e de a ademeni în sală o mână de critici, care tare ar mai prefera să se afle în altă parte. Dacă interpretul nu câștigă decât laude entuziaste în ziarele de dimineață, atunci probabil înseamnă că debutul a eșuat. Căci laudele trebuie să fie de-a dreptul delirante, înainte ca un manager să citească mai mult decât primele două-trei rânduri ale cronicii. Dacă un critic a intrat efectiv în extaz, există șanse ca un manager să-l cheme pe noul sosit la o probă, iar apoi o mică șansă de a-l lua sub aripa lui. (Unii mici manageri trebuie să fie încurajați în acest sens cu un „mizilic" de 1000-2000 $).

În prezent, două agenții – Columbia Artists Management, Inc., și Sol Hurok – domină afacerile cu concerte, încasând și distribuind circa 75 la sută din plățile tuturor soliștilor profesioniști. Cam o duzină de alte companii, dintre care cele mai mari sunt Herbert Barrett Management și National Concert and Artists Corporation, acoperă restul. Funcția managerului este, desigur, aceea de a-și „vinde" artiștii către grupuri sau persoane individuale care sponsorizează concerte – universități, impresari locali, societăți locale de muzică bună, companii – și de a primi un comision pentru acest serviciu. De asemenea, companiile Columbia și National controlează o rețea de așa-numite audiențe organizate. Acestea sunt asociații locale, organizate cu ajutorul unor subsidiari ai Columbia și National, anume în scopul de a sponsoriza o serie de concerte. Membrii asociațiilor plătesc „drepturi" care de fapt reprezintă prețul de participare la o serie de concerte. Columbia, prin intermediul unui subsidiar numit Community Concerts, Inc., ajută să se administreze și să se deservească asemenea grupuri în 720 de orașe. National, aflată acum în proprietatea Companiei Summy-Birchard din Evanston, Illinois, are audiențe gata constituite în aproape o sută de orașe prin intermediul subsidiarului său, Civic Concerts, Inc. Orașele din Community își „cumpără" majoritatea talentelor de la Columbia; orașele din Civic, de la National. Alți manageri reproșează faptul că artiștii lor sunt excluși din circuitele cu audiență organizată.

Când un artist este în sfârșit acceptat de un manager, numele său e trecut pe lista interpreților ale căror talente sunt propagate de agenții de pe teren ale

managerului. Acești agenți prospectează țara în căutare de contracte pentru artiștii lor. La început, tariful noului venit va fi de circa 450$ pe concert, dacă e pe listele Columbia. Alți manageri își pot lansa începătorii cu sume și mai mici. La prima vedere, 450 $ pare o grămadă de bani pentru o singură seară de muncă. Dar aparențele sunt înșelătoare, după cum atrage atenția Zvi Zeitlin, un violonist din primele rânduri ale companiei Columbia. Zeitlin, un artist israelian masiv și brunet, și-a început cariera profesională în străinătate la frageda vârstă de șaisprezece ani. În 1951, s-a stabilit în S.U.A. și, începând din 1953, își câștigă existența din concerte. În prezent artist matur, la vârsta de patruzeci de ani, nu mai face parte dintre începători, iar tariful său a ajuns la categoria medie. Însă el și soția sa canadiană Marianne vorbesc cu pasiune despre dificultățile cu care se confruntă tinerii soliști de azi.

„Să luăm această sumă de 450 $", spune Zeitlin. „Oricând cânți în fața unui public organizat, există o taxă standard – o „diferență" pe care trebuie să o plătești la Community sau la Civic pentru a le ajuta să acopere costul organizării acestor asociații locale. Fără audiențele organizate, situația interpreților ar fi realmente disperată. Au făcut mult pentru muzică. Dar „diferența" respectivă ajunge cam la o treime, sau 150$, care te lasă cu doar 300$. Apoi, îi mai plătești cincisprezece la sută managerului. Înseamnă 45$, și-ți mai rămân 255$. Din aceștia", continuă Zeitlin „dacă ești violonist ca mine, va trebui să plătești un acompaniator – poate încă 75$. Dacă ești pianist și nu ai nevoie de acompaniament, adeseori trebuie să plătești chiria sau transportul unui pian de prima calitate."

Mai există și alte cheltuieli. „Fiecare artist", explică Zeitlin, „își plătește singur reclamele și materialele promoționale – fluturași, afișe și altele. Apoi, trebuie să achite cheltuielile de călătorie, hotelul pentru el și acompaniator, plus mâncarea. Trebuie să-și cumpere haine de seară și să le dea la curățătorie. Viața ambulantă nu e o excursie de plăcere. E scumpă. De fapt, nu rareori se întâmplă ca din cei 450$ primiți pe un concert artistului să-i rămână până la urmă doar 50$ sau 75$." În afara circuitului audiențelor organizate, care este pâinea și untul celor mai mulți dintre soliștii cu preț mic și mediu, artistul nu plătește „diferența", dar comisionul managerului e de 20 la sută în loc de 15 și, de regulă, are mai puține programări în prima perioadă.

Tariful actual al lui Zeitlin se plasează considerabil deasupra nivelului începătorilor, dar, continuă el, chiar și la 750$ sau 1.000$ pe concert, banii cu care rămâne artistul în mână după ce achită toate cheltuielile pot fi șocant de puțini. „După un timp", spune Zeitlin, „artistul își face bilanțul și, dacă nu-și poate aduce câștigul net pentru un concert la cel puțin câteva sute, pur și simplu se lasă." Conform managerului Herbert Barrett, „artistului îi rămân cam 40 sau 50 la sută din câștigul brut. Pentru a scoate măcar 150$ pe

săptămână, are nevoie de 14 concerte pe an la câte 1.000$ fiecare. Dacă nu reușește așa ceva, are necazuri."

Evident, o soluție a acestei probleme constă în a-și mări pretențiile, iar majoritatea artiștilor consideră că le scade prestigiul dacă nu o fac periodic. Dar, umflându-și tariful, artistul se împinge în acel *no-man's-land* al muzicii, așa-numita paranteză a taxei medii.

E posibil ca artistul cu taxă mică să nu-și poată câștiga existența, dar cel puțin are un loc în planul muzical al realității. Interpretul care reușește să se salte pe următoarea taxă de salarizare ajunge cam la fel de popular ca un streptococ la o întâlnire de artiste. Lucrurile se întâmplă astfel fiindcă oamenii care planifică o serie de concerte invocă mult prea des o versiune muzicală a principiului mijlocului exclus. Își cheltuiesc o jumătate din buget pentru un singur interpret de mare renume, într-un singur concert. Acesta poate fi Rudolf Serkin, Roberta Peters sau acel Francescatti al cărui nume în literatura promoțională, speră ei, va vinde biletele întregii serii. Apoi, împart rămășițele tocate ale bugetului la un număr de concerte rămase și constată că mai au exact atâta cât să angajeze pentru acele seri artiști ieftini.

Acest lucru explică de ce artistul găsește adesea mai greu să-și mărească numărul de concerte pe care le dă pe an. Făcând un calcul aproximativ, dacă 500 de soliști profesioniști au nevoie de 14 concerte pe an la nivelul de 1.000$, sunt necesare 7.000 de recitaluri la 1.000$ numai pentru a-i susține pe profesioniștii activi. Dacă prețul mediu per concert este inferior celui de 1.000$ – așa cum e în realitate – numărul de „date" necesare crește și mai mult. Astăzi, chiar și cu toată expansiunea rapidă a interesului pentru muzică, nu există nici pe departe suficiente angajamente de acest gen.

Ca rezultat, spune Marks Levine, decanul afacerilor cu management de concerte, „un procentaj tragic de mare" din cei cinci sute de artiști ai țării „abia reușesc să-și câștige existența".

Al treilea grup de creație semnificativ din economia muzicii clasice e constituit din compozitori, cei mai dezorganizați, mai tăcuți și mai săraci dintre toți. Nimeni nu știe exact cât de mulți compozitori serioși există astăzi în Statele Unite sau, că tot veni vorba, cum să definească un „compozitor serios". Dar Centrul de Muzică Americană, o organizație care are scopul de a ajuta compozitorul contemporan serios, a efectuat recent un studiu propriu. A trimis chestionare la 1.171 de compozitori și a primit răspunsuri de la 430. Un om a raportat că în 1960 a câștigat 103.824,83$. Alți cincisprezece au câștigat între 5.000$ și 41.750$, dar vreo patru sute au dezvăluit că încasaseră sub 5.000$ pe an de pe urma eforturilor lor componistice, iar majoritatea dintre aceștia se aflau mult, mult sub cifra respectivă. Sondajul e susceptibil multor obiecții tehnice și de definiție. Dar nimeni nu contestă portretul de sărăcie generalizată pe care îl prezintă.

Marii câștigători își iau majoritatea beneficiilor din compoziții pentru Hollywood, Broadway și televiziune, nu din restul compozițiilor clasice în sensul strict al cuvântului. Dintre ceilalți, aproape toți fie au lucrat ca profesori, fie au muncit într-o slujbă alternativă sau alta pentru a-și câștiga existența. Răspunsurile, asemenea celor ale instrumentiștilor, erau pline de comentarii din cele mai deprimante. Un compozitor, om la cincizeci de ani cu un distins catalog de lucrări la activ, a scris: „Sper că veți include în calculele dumneavoastră și cei douăzeci și cinci de ani de agonie spirituală și fizică, și v-o cer cu speranța că ar putea împiedica măcar câțiva tineri americani să-și arunce viața pe fereastră."

Pentru a înțelege aceste cifre, este necesar să studiem sursele de câștig deschise compozitorului care rămâne atașat de muzica clasică. Mai întâi, el poate primi un „comision" – adică, o sumă fixă în schimbul unei compoziții scrise pentru o orchestră, fundație sau alt sponsor. Apoi, primește o sumă de spectacol, de la ansamblul care îi interpretează lucrarea în fața spectatorilor. Urmează drepturile de autor pentru partiturile tipărite. Pe urmă, primește suma de reprezentare de la stațiile de radio sau televiziune care îi cântă muzica. Și, în sfârșit, încasează dividendele pentru discuri. Cu toate aceste canale de plată, ar trebui să se înece în bani. Adevărul este că abia dacă reușește să-și umezească degetul mare de la picior.

Comisioanele, care sunt foarte căutate pentru valoarea lor onorifică, se cifrează la sume cuprinse între 50$ și 5.000$. Dar de cele mai multe ori ele nu acoperă nici măcar costurile pe care compozitorul însuși trebuie să le plătească pentru copierea și multiplicarea notelor. (Numai copierea partiturilor instrumentale pentru o bucată orchestrală de 15 minute îl poate costa pe compozitor între 300$ și 500$. O simfonie completă va costa incomparabil mai mult.) Drepturile de autor pe care le încasează compozitorul de la o filarmonică sau cvartet pentru dreptul de interpretare sunt atât de mici încât devin practic subliminale – uneori, doar de 25$. E clar că de aici nu se poate obține un câștig semnificativ decât dacă lucrarea e interpretată repetat. Un compozitor care câștigă mult, ca Menotti, ale cărui opere au devenit populare printre companiile locale producătoare de operă, și a cărui lucrare „Amahl și vizitatorii nopții" a devenit o operă mult cântată de Crăciun, face excepție de la regula conform căreia dividendele de interpretare sunt microscopice.

Și mai nesemnificativ, însă, este câștigul rezultat de pe urma drepturilor de autor pentru vânzarea partiturilor. Vânzările acestora sunt atât de mici, în cazul compozițiilor serioase, încât mulți compozitori nici măcar nu se deranjează să-i ceară unui editor să le tipărească.

Transmisiunile la radio și televiziune, s-ar putea crede, ar trebui să fie o sursă majoră de venit pentru compozitorul serios. Nu sunt. Ca să încaseze

drepturi de autor pentru operele lor care sunt difuzate pe calea undelor, compozitorii aparțin uneia dintre cele două organizații pentru drepturi de interpretare – Societatea Americană a Compozitorilor, Scriitorilor și Editorilor[3] sau Difuzarea Muzicală, Inc.,[4] încasează de la posturile radio și T.V. o taxă pentru dreptul de a difuza muzica oricărui compozitor prezent în cataloagele lor. Apoi, monitorizează spațiul hertzian, notează într-un registru care compozitori sunt difuzați și le distribuie compozitorilor-membri veniturile, minus cheltuielile. Aceste distribuiri se bazează în teorie pe frecvența cu care se transmite opera fiecărui compozitor.

Teoria dă rezultate, în practică, pentru compozitorul pop, ale cărui compoziții sunt cântate atât de frecvent încât ACSAP sau BMI au posibilitatea să urmărească prin sondaj posturile și să proiecteze statistic întrebuințarea generală, pornind de la această bază. Lucrările contemporane clasice, însă, sunt transmise atât de rar, încât mostrele de monitorizare rareori recoltează suficiente date pentru a avea baza unei proiecții statistice. În cele din urmă, deși fiecare societate aplică alt algoritm, toate ajung să le plătească membrilor un onorariu anual fix, nu drepturi de autor. De fapt, aceste organizații există în esență pentru a-i servi pe compozitorii de muzică pop. BMI și ASCAP au tot atâta nevoie de compozitori serioși câtă avea Bach de douăzeci de copii. Totul se reduce la faptul că un onorariu anual de 3000$ e considerat un câștig gras pentru un compozitor serios. Câțiva câștigă mai mult; majoritatea scot sub 1000$ pe an, din difuzarea muzicii.

Astfel, ne mai rămâne doar un singur canal de beneficii, posibil – drepturile pe discuri. Un compozitor contemporan primește un sfert de cent pe minut de muzică, la fiecare disc vândut. Această sumă princiară trebuie împărțită fifty-fifty cu editorul. Înseamnă că, la vânzarea a 1000 discuri L.P., având fiecare, să zicem, o simfonie completă de 40 de minute, autorul muzicii primește 50$. Pentru Aaron Copland, care are peste două duzini de lucrări în catalogul Schwann, iar ale cărui „Billy the Kid“ și „Rodeo“ se vând în câteva mii de exemplare pe an, câștigul din discuri merită să fie calculat. Dar dintr-un disc contemporan tipic, de un compozitor american, se pot vinde doar câteva sute de bucăți. Cum spunea recent un compozitor, „Dacă din când în când îți vin 1,19$ în drepturi de autor, bănuiești că unchiul tău din Chicago e destul de activ.“

În 1963, consumatorii de cultură au achiziționat 17,5 milioane de discuri clasice. Dacă, dintre acestea, nu mai puțin de zece la sută erau de compozitori contemporani (o estimație nerealist de generoasă), atunci, la tariful de un

3. (În orig.) American Society of Composers, Authors and Publishers. (n.tr.).
4. (În orig.) Broadcast Music, Inc. (n.tr.).

sfert de cent pe minut, totalul drepturilor de autor s-ar cifra la doar 87.500$. Ca să ne exprimăm mai sugestiv, înseamnă că, dintre cele 76,4 milioane cheltuite pe cele 17,5 milioane de discuri, compozitorii în viață și editorii lor au primit maximum o optime din unu la sută.

Acest raid peste regiunile financiare ale muzicii sugerează că marea creștere a audienței artelor încă nu s-a transpus în beneficii financiare pentru artiști, lucru adevărat și în celelalte discipline artistice. Într-adevăr, instrumentiștii orchestrali sunt considerați niște magnați de către mulți actori de teatru. Echitatea Actorilor, sindicatul teatral, își revendică aproximativ 13.000 de membri. Conform unei depoziții în fața unei subcomisii senatoriale, însă, spectacolele de pe Broadway au distribuit într-o stagiune recentă doar 2.061 de roluri. Astfel, incluzând chiar și cele mai mărunte apariții episodice, Broadway-ul a oferit roluri la mai puțin de o șesime din membrii Echității. În total, dintre cei 13.000 de membri ai Echității, numai 6.920 au apărut măcar o dată pe scenele profesioniste în stagiunea 1957-58. Dintre aceștia, 55 la sută au lucrat mai puțin de două săptămâni.

Cât câștigă cei norocoși? Lăsând la o parte „starurile“, onorariul minim pe Broadway pentru un actor profesionist este de 112.50$ brut. Pe off-Broadway, câștigul minim este de numai 45$ pe săptămână, iar în stagiunea de vară se ajunge la $65 pe săptămână pentru piese dramatice și 75$ pentru musicaluri. Acești bani se plătesc în perioada reprezentării efective a spectacolului; în perioada de repetiții dinaintea premierei, sumele minime sunt substanțial mai scăzute.

Aceleași statistici dezamăgitoare se regăsesc referitor la angajarea dansatorilor, a coriștilor și a altor artiști ai scenei, iar situația e cel puțin la fel de sumbră și pentru pictori, sculptori, poeți, romancieri și alte categorii de arte creatoare sau interpretative.

E clar că, indiferent ce rezerve ne menținem față de precizia datelor sau termenii de definiție, economia artei lasă mult de dorit. În toate artele, o mică mână de oameni trăiesc excelent și o mare masă de practicanți nu. Acest lucru, însă, nu intră în conflict cu ceea ce s-a spus înainte despre rulote și locuințe suburbane. Paradoxul se rezolvă prin existența unor ample angajamente suplimentare. Economia S.U.A. a fost în ultimii ani destul de prosperă pentru ca mii de artiști să caute și să găsească posturi alternative în școli, în mass-media și prin alte zone. Puțini artiști mor cu adevărat de foame. Greșeala e aceea că nu au posibilitatea de a-și menține un nivel de venituri confortabil numai din artă.

De ce trebuie să fie adevărat acest lucru? Cum se face că țara poate cunoaște un boom cultural, fără ca în același timp să ofere condiții economice

decente pentru forța sa de muncă artistică? O parte din răspuns se găsește în ecuația dintre cerere și ofertă. Statisticile naționale de angajare a forței de muncă în artă sunt mult prea rudimentare pentru a da posibilitatea unor analize economice rafinate, dar un raport recent al Biroului de Recensământ indică faptul că, excepție făcând teatrul, deceniul 1950-1960 a trecut printr-o creștere a numărului de artiști din toate domeniile. Cifrele, din păcate, pun artiștii practicanți la un loc cu profesorii, și nimeni, nici măcar Biroul de Recensământ, încă nu a găsit o definiție universal-acceptabilă a „artistului". Dar, ținând seama de aceste dificultăți, cifrele par să se confirme reciproc. Astfel, s-a constatat că muzicienii și profesorii de muzică s-au înmulțit numeric de la 162.000, în 1950, la 198.000, în 1960, crescând cu 22 la sută, față de câștigul de numai 18,5 la sută în populația totală a țării. Dansatorii și teatrele dansante s-au înmulțit într-un ritm și mai rapid, de la 17.000 în 1950 la 22.000 în 1960 – o creștere cu 26 la sută. Plasticienii și profesorii de arte plastice au proliferat și mai repede. Numărul lor a crescut cu 30 la sută, de la 81.000 la 105.000. Iar cifra artiștilor literari a sărit de la 16.000 la 29.000, cu aproape 77 la sută. Numai printre actori s-a înregistrat un declin. Aici, recensământul a raportat o scădere de la 18.000 la 13.000 pe parcursul deceniului în cauză. Recunoscând toate deficiențele unor asemenea statistici, numărul de artiști din America pare totuși să crească.

Este foarte posibil, prin urmare, ca mărirea consumului de cultură din țara noastră să fi fost însoțită de o și mai mare creștere a numărului de artiști. Numărul de concerte interpretate, de recitaluri de dans, de spectacole artistice, poate foarte bine să fi crescut. Dar o societate care consumă mult în materie de bunuri și servicii culturale produce de asemenea și mulți artiști. Jerome Robbins, coregraful, a spus că, atunci când făcea distribuția musicalului „West Side Story" la sfârșitul anilor cincizeci, i-a fost aproape imposibil să găsească suficienți dansatori de prima clasă sub vârsta de douăzeci de ani. Peste doar câțiva ani, când lucra la distribuția ecranizării, a găsit foarte mulți dansatori competenți printre tinerii de șaisprezece ani. În numai câțiva ani, pepiniera de talente în domeniu se schimbase perceptibil. Această expansiune a forței de muncă ar explica măcar parțial de ce, în pofida tuturor celor spuse anterior, atât de mulți artiști profesioniști au beneficiat prea puțin de pe urma marii creșteri din cererea publicului.

Mai mult, dacă așa stau într-adevăr lucrurile, s-ar putea să fi venit timpul pentru a arunca o privire stăruitoare întregului proces prin care societatea noastră instruiește muzicieni, dansatori, pictori și actori profesioniști. Dacă școlile profesionale produc mult mai mulți tineri plini de speranțe decât poate absorbi piața muncii artistice, poate ar fi logic să se concentreze mai degrabă asupra calității pregătirii decât asupra cantității. Nu înseamnă că piața de

muncă artistică ar trebui să ajungă vreodată echilibrată. E sănătos ca oferta să depășească întotdeauna cererea, cu o anumită marjă. Acest lucru impune o competiție care duce la excelență. Într-o societate bogată ca a noastră, câtă vreme există alte locuri de muncă pentru a-i absorbi pe cei care nu ajung tocmai în primele rânduri la nivel artistic, beneficiile concurenței depășesc probabil în importanță neajunsurile dezechilibrului de pe piața muncii. Totuși, în această etapă am putea încuraja mai puțini tineri americani să devină artiști de meserie și să facem mai mult pentru a-i instrui pe cei care aleg această carieră. Fapt este că, mai ales în teatru și dans, nivelul de pregătire artistică din țara noastră e mai puțin decât satisfăcător.

Dacă am avea mai multe date concludente în aceste privințe, ar fi posibil să reglementăm delicat, în cadrul unor limite exterioare aproximative, echilibrul dintre cerere și ofertă prin ajustarea numărului de burse și alte stimulente, în sus sau în jos. Rezultatul ar putea consta în stabilizarea pieței de muncă artistică la un nivel optim de concurență și în ajutarea artiștilor noștri profesioniști să câștige de pe urma exploziei culturale. Există un precedent în modul cum am stimulat o creștere a studiilor de știință și tehnică în anii din urmă. Dată fiind starea cunoștințelor noastre, însă, precum și realitățile sociale și politice, o planificare atât de rafinată nu e numai improbabilă ci și, poate, indezirabilă. Ne rămâne deschisă o alternativă; alte evoluții, însă, ar putea face ca deplasarea în acea direcție să nu mai fie necesară. Căci au apărut deja semne de deblocare. Indiferent dacă dezechilibrul relativ al forței de muncă se ameliorează sau se agravează, va exista cu siguranță o creștere absolută a numărului de slujbe plătite pentru artiști. Chiar și Echitatea Actorilor, care ani de zile a emis rapoarte sumbre pe bună dreptate despre angajările în teatre, a început acum să vadă lumina de la capătul tunelului. Conform actorului Ralph Bellamy, președintele actual al Echității, ascensiunea teatrului profesionist în afara orașului New York va spori locurile de muncă teatrală în general. În Capitolul 7, am făcut aluzie la probabilitatea ca firmele de afaceri să devină, în viitor, un important patron care angajează artiști. O probabilitate și mai imediată e aceea de a se concepe noi planuri pentru a reuni artistul și piața într-un mod profitabil. Exact un asemenea program a fost conceput recent pentru a ajuta la stimularea pieselor serioase în S.U.A.. Intitulat Teatrul Dramaturgilor Americani, proiectul întrunește laolaltă aproape o sută douăzeci de teatre comunitare și de colegiu, dintre care fiecare acceptă să pună în scenă una sau două piese date în producție anual de către organizația centrală. Practic, programul creează un circuit de scene pentru noile lucrări și le dă dramaturgilor serioși posibilitatea de a câștiga mult peste 10.000$ într-un an universitar, fără spectacole la New York.

O întreprindere atât de imaginativă ar fi fost imposibilă în țara noastră

înainte ca explozia culturală să fi declanșat proliferarea teatrelor și a audiențelor. Boom-ul a făcut-o posibilă. Putem prezice cu deplină convingere că în următorii ani se vor elabora multe alte aranjamente, la fel de imaginative, nu numai în teatru ci în toate artele. De exemplu, n-ar fi imposibil ca un grup de pictori sau sculptori să se reunească într-o expoziție de prima calitate și s-o expedieze în turneu pe la galerii și muzee din toată țara, cu înțelegerea că publicul va avea de plătit un mic preț de intrare. Artiștii și-ar putea împărți drepturile de autor din aceste încasări, la fel cum fac dramaturgii. Se găsesc bani destui și amatori suficienți pentru a adopta o asemenea formulă practică. Dar, indiferent dacă e adoptat acest aranjament anume sau se elaborează o diversitate largă de alte formule, în perioada imediat următoare se vor găsi soluții pentru ca artistul să profite de marea creștere a consumului de cultură.

Între timp, însă, salariile din artă rămân într-adevăr mici, iar optimismul față de viitor nu trebuie să ne obstrucționeze căutarea unor căi imediate de a ameliora continua stare de sărăcie a artistului în mijlocul prosperității din jur. Dezechilibrul de pe piața muncii, în fond, nu e decât un element al ansamblului. După cum vom vedea în continuare, problema artistului nu e decât o parte dintr-o problemă mult mai amplă și mai complexă.

10

Industria culturii

Este posibil ca la un moment dat, în cursul acestui an, cititorii cărții de față să fie interpelați, prin corespondență sau personal, de o persoană care solicită contribuții financiare pentru o instituție culturală ajunsă la strâmtoare. Rugămintea poate lua forma unei scrisori multiplicate, cerând câțiva dolari pentru o operă civică suferind de mari lipsuri bănești. Sau poate fi prezentată de o matroană de cartier care vă ciocănește la ușă și vă îndeamnă să ajutați muzeul să-și construiască aripa cea nouă, atât de necesară. Dacă sunteți o persoană cu posibilități materiale, numele dumneavoastră va deveni subiectul unor discuții aprinse în cadrul unui comitet a cărui sarcină e aceea de a vă diseca sursele de câștig, a vă cântări contribuțiile la alte opere de caritate locale, a vă estima pierderile pe piața acțiunilor și categoria fiscală și, în sfârșit, de a vă calcula așa-numitul „potențial de donare". O dată ce toate acestea vor fi determinate, o persoană având aproximativ aceeași poziție socială și economică în comunitate cu a dumneavoastră va fi delegată să vă convingă să faceți un cadou substanțial campaniei anuale a orchestrei pentru colectarea de fonduri, să vă însuflețiți, cu alte cuvinte, respectivul potențial. Veți fi invitat să deveniți un patron al artelor.

Vizitatorul dumneavoastră vă va atrage delicat atenția că el însuși și-a adus deja o contribuție apreciabilă. Va sublinia faptul că un rival de afaceri de-al dumneavoastră a donat 500$. (Vă lasă inima să fiți mai prejos?) Va înfățișa situația în termeni disperați. Instrumentiștii, subsalarizați și nemulțumiți, cer ca stagiunea să fie prelungită peste actualele douăzeci și două de săptămâni. Dirijorul, care a lucrat atât de bine și e atât de valoros pentru viața orașului, s-ar putea să plece pe pășuni mai verzi. Există pericolul ca acele minunate concerte pentru copiii fără privilegii să se întrerupă. E în joc însăși viața orchestrei.

Înainte de a fi asimilat pe deplin aceste vești proaste, veți afla că nu e vorba numai de muzică. Căci, așa cum știe orice bun colector de fonduri, „cazul" prezentat unui potențial donator trebuie să lege întotdeauna cerințele concrete ale instituției cu nevoile mai ample ale comunității. Astfel, vi se va reaminti că pierderea orchestrei va însemna o lovitură îngrozitoare pentru

campania de revitalizare a cartierului central unde e amplasată sala de concerte. Mândria orașului și atractivitatea sa pentru noile ramuri industriale vor fi subminate și ele. Pe scurt, refuzul dumneavoastră de a contribui financiar ar fi atât anticultural, cât și antisocial.

În final, generozitatea dumneavoastră înnăscută și dragostea de muzică vor triumfa, mai ales dacă vizitatorul (nu întâmplător) reiese a fi principalul client al micii dumneavoastră firme de afaceri. Înainte de a vă strânge mâna cu recunoștință, va vârî grijuliu în buzunar cecul pe care l-ați semnat cu stiloul oferit de el în momentul adevărului.

Aceasta, desigur, este numai una din sutele de metode ingenioase prin care se adună bani pentru a ajuta la finanțarea culturii din Statele Unite. Dumneavoastră sau soția dumneavoastră puteți fi invitați la un ceai, la o vânzare la licitație, la un bal, la un spectacol sau la un banchet de binefacere, unde vi se vor stimula temerile pentru viitorul artei, vi se va solicita înțelegerea și vi se va subția portofelul. Colonelul Samuel Rosenbaum, membru în comitetul director al Orchestrei din Philadelphia și deloc novice în asemenea chestiuni, a spus: „Dați-mi șase femei, o pungă de fursecuri și o cutie de ceai, și veți avea o orchestră simfonică." Bunul colonel a arătat clar că mai există și alte căi spre cultură, dând explicații despre una din diferențele fundamentale dintre viața muzicală din Europa și cea din America. În Europa, a sugerat el, dacă un muzician și o doamnă bogată sunt așezați unul lângă altul, rezultatul poate fi un copil. În S.U.A., cel mai probabil rezultat va fi o orchestră.

Acest lucru atrage atenția asupra unuia dintre cele mai curioase paradoxuri ale exploziei culturale. Dacă e adevărat, așa cum se afirmă în această carte, că în consumul de cultură a avut loc o mare explozie, dacă americanii cheltuiesc într-adevăr mai mult ca înainte pe pictură și sculptură, muzică, teatru și dans, de ce pare să plutească un aer de criză peste atâtea dintre instituțiile noastre culturale?

Dacă nu avem o imagine clară despre condițiile economice ale instituțiilor noastre culturale, nu vom putea evalua niciodată impactul boomului cultural, căci, așa cum am subliniat, arta și banii, calitatea uneia și cantitatea celorlalți, sunt legate intim. Și totuși, în mod destul de ciudat, majoritatea americanilor informați, chiar și cei mai mulți dintre artiști și critici, nu au decât o impresie foarte vagă despre adevărata stare a economiei artistice. Cei devotați unei discipline artistice sunt de obicei înfricoșător de necunoscători despre problemele celorlalte. Iar economiștii profesioniști, cărora ar trebui să le putem cere ajutorul, au fost până nu demult miraculos de dezinteresați de acest subiect.[1]

1. Această atitudine abia acum începe să se schimbe. J.K. Galbraith a vorbit referitor la publicarea unei cărți despre relațiile dintre economie si artă, iar Twentieth Century

Degeaba căutăm prin textele și publicațiile lor vreo discuție despre industria culturii. Parcă nici n-ar exista.

Industria culturii, care totuși există, și care, așa cum am văzut, implică literalmente miliarde de dolari, se compune din mii de organizații, asociații, cluburi și companii care oferă publicului o largă diversitate de produse finite din sfera artei. Din dorința de a evita lungimile, am folosit pe parcursul acestei cărți termenul „instituție", cu referire la toate, indiferent dacă sunt firme lucrative sau organizații non-profit, indiferent dacă sunt profesioniste sau de amatori, indiferent dacă sunt mari sau mici. Căci termenul, așa cum îl folosim, nu se referă la mărimea, motivația sau calitatea produsului, ci numai la funcția producătorului. Din acest punct de vedere, o întreprindere este instituție culturală dacă finanțează și coordonează producția și/sau distribuția bunurilor sau a serviciilor culturale.

Dacă privim instituțiile culturale din societatea noastră, vom fi frapați de diversitatea lor aproape năucitoare. Dar, de asemenea, remarcăm rapid că se înscriu în două grupuri distincte – un sector profitabil și un sector non-profit. Acesta din urmă (de care se ocupă, în primul rând, cartea de față) constă din orchestre, muzee, companii de balet, opere, centre de artă și toate ramificațiile și variantele lor. Oricât sunt de diferite între ele, toate încheie anul cu deficite în registre, după care recurg la acea formă sofisticată de cerșetorie cunoscută drept colectare de fonduri spre a aduna bani suficienți pentru a-și echilibra bilanțurile. Aceasta înseamnă că trebuie să fie subvenționate, fie public, fie privat. Pe scurt, se bazează pe patroni și patronaj.

Subsidiile și campaniile de fonduri sunt o parte atât de integrantă a scenei culturale americane, încât adeseori tindem să uităm de existența unei întregi game de instituții care reușesc să se descurce destul de frumos și fără ele. Editorii de cărți, fabricanții de discuri, tipografii care fac reproduceri după tablouri, difuzorii de muzică bună, agențiile de management al concertelor – toți aceștia întrunesc definiția de instituție culturală. Și totuși, majoritatea dintre ei nu au nevoie de subvenții pentru a supraviețui. Nu toate scot efectiv profituri. Dar însuși faptul că sunt organizate ca niște întreprinderi comerciale arată că activează într-un domeniu în care profitul, chiar dacă nu e universal, este cel puțin potențial tangibil. Luate la un loc, aceste instituții formează sectorul de profit al industriei culturale.

Se ivesc anumite dificultăți de clasificare. Teatrul american, de exemplu, e

Fund i-a acordat o subvenție unui economist de la Princeton, William J. Baumol, pentru a întreprinde colectarea si analizarea datelor economice fundamentale despre arte. S-ar putea ca, în urmàtorii câțiva ani, economia artelor să înceapă să se impună ca o nouă sub-specialitate a profesiunii (n.a.)

împărțit în două sectoare. Teatrul de pe Broadway și off-Broadway, arenele muzicale, companiile cu stagiune de vară și celelalte asemenea, se înscriu mai mult în categoria profitabilă. Dar teatrele profesioniste rezidente care apar acum prin toată țara și mișcarea teatrală de amatori tot mai răspândită, aparțin, în genere, de sectorul non-profit. Unele funcții de publicare a cărților sunt îndeplinite de tipografiile universitare, care sunt de fapt operațiuni non-profit subvenționate. Există câteva mici companii de discuri și posturi de radio și televiziune non-profit. Dar clivajul general din cadrul industriei există și, dacă nu îl înțelegem, nu putem obține o imagine clară a stării economice a artelor din America zilelor noastre.

Prin urmare, atunci când comparăm aceste două sectoare largi, n-avem cum-să nu observăm un fapt straniu. Explozia culturală, cu boom-ul aferent al cheltuielilor de consum pentru bunuri și servicii din domeniul artistic, a afectat în câte un alt mod fiecare sector. De exemplu, a adus o prosperitate trandafirie multora dintre instituțiile din sectorul profitabil.

Publicarea de cărți comerciale se vădește un caz semnificativ. Pe tot parcursul celui de-Al Doilea Război Mondial, în pofida penuriei de hârtie și a altor inconveniente, industria editorială americană a înflorit. La scurt timp după Al Doilea Război Mondial, industria a intrat într-o acută spirală descendentă. Prin 1947, purtătorii de cuvânt ai industriei au început să vorbească sumbru despre „criza publicisticii de carte", iar un raport din 1949 despre această ramură industrială începe prin a-i asigura pe cititori că „nu e adevărat că industria editorială americană este mai bolnavă cronic decât alte industrii."

La începutul anilor cincizeci, însă, o dată ce a început explozia culturală, situația s-a ameliorat. Au apărut apoi „revoluția *paperback*[2]-urilor" și elanul înscrierilor la colegiu, iar de-atunci editorii au devenit fericiții beneficiari ai unei aparent inepuizabile pofte a publicului pentru produsele lor. În 1963, volumul general al vânzărilor urcase peste 1,6 milioane de dolari – mai mult decât de trei ori cifra postbelică. De reținut că o mare parte a acestui progres consta în manuale școlare și universitare. Dar s-au înregistrat creșteri și la alte categorii. Vânzările cărților *hardcover*[3] pentru adulți – printre care se găsesc noi romane, poezii, beletristică și scrieri despre muzică, artă, teatru și dans – au urcat cu 62 la sută între 1952 și 1960. Schimbarea cu adevărat spectaculoasă a apărut în categoria paperback-urilor de calitate. Aici, vânzările au sărit cu 788 la sută, iar librăria de paperback, cu miile sale de titluri etalate sub ochii uimiți ai cumpărătorului, a devenit o componentă plăcută și profitabilă din imaginea literară americană.

2. (Lit.) copertă-de-hârtie: carte în ediție de buzunar. (n.tr.).
3. (Lit.) copertă-tare: carte în ediție cartonată. (n.tr.).

În 1962, Richard Schickel a scris în revista *Show*: „Se publică mai multe titluri ca oricând (aproape 20.000 numai în anul curent), iar profiturile din unele domenii sunt mai sănătoase decât a visat oricând cineva că ar putea fi. Industria a atras (...) hălci mari din banii de pe Wall Street, genul care îndeobște este rezervat pentru avântări în industrii noi și expansive, ca electronica și copiatoarele." Într-adevăr, la sfârșitul anilor cincizeci, printre investitori se manifesta un asemenea entuziasm, încât acțiunile din publicistică urcau spre niveluri de-a dreptul inflaționiste. A fost necesară o „corecție", cum i se spune eufemistic în Wall Street, pentru a fi din nou coborâte la niveluri realiste. Cu toate acestea, prosperitatea fundamentală a industriei a continuat să fie comentată pe prima pagină a ziarelor. La sfârșitul anului 1963, revista *Forbes* putea să anunțe: „Cei mai mari nouăsprezece [editori] (...) s-au lăudat cu o marjă medie a profitului de 5,8 la sută și un câștig al acționarilor de 13,7 la sută. A fost o performanță care a adus publicistica de carte printre cele mai profitabile șase industrii din economia S.U.A.". Acest profit se răspândea peste foarte multe genuri de operațiuni publicistice, dar până și editurile de specialitate, în mod tradițional cele mai strâmtorate, înregistrau un profit net mediu de 3-4 la sută.

Explozia culturală a avut un impact similar asupra industriei producătoare de discuri. Dintre toate ramurile sectorului profitabil al industriei culturale, nici una nu a avansat mai mult pe linia capitalismului modern decât fabricația de discuri. Aceasta folosește metode de marketing foarte dezvoltate, publicitate de masă și distribuție de supermarket. Este relativ concertată. Două companii domină piața discurilor clasice. Această piață s-a dezvoltat fenomenal în anii exploziei culturale. Perioada a fost marcată de introducerea înregistrărilor *long-playing*[4] și a echipamentelor superioare *high-fidelity*[5]. În 1957, americanii cheltuiau 54.500.000$ anual pe înregistrări clasice, iar vânzările urcau cu neregularitate. În 1963, suma cheltuită pe discurile de muzică clasică a ajuns la 76.400.000$. La dispoziția publicului a fost pusă o incredibil de bogată și diversificată selecție de discuri, în majoritate superbe din punct de vedere muzical. O ediție tipică a catalogului Schwann prezintă aproximativ 25.000 de discuri, cele mai multe clasice, de la „Sonata în do major pentru două viori și continuo" de Evaristo Felice Dall' Abaco și până la sonate pentru vioară, violă și pian de Eric Zeisl, cuprinzând sute de compoziții ale marilor maeștri.

Iar fabricanții de discuri nu fac afaceri numai din motive de sănătate. Două mari companii, RCA Victor și Columbia Records, ambele subsidiare ale unor

4. Procedeu de imprimare cu viteză redusă, extinzând implicit durata înregistrărilor. (n.tr.).

5. (Presc.) hi-fi; de înaltă fidelitate. (n.tr.).

corporații mai mari, își îngroapă cifrele profiturilor din muzica clasică în bilanțurile financiare înrudite. Dar amândouă au dat rezultate bune în operațiunile clasice. Avem motive să credem, de exemplu, că firma Columbia a realizat un profit net mediu de aproximativ cinci la sută, la vânzarea de discuri clasice. Cifra e mai scăzută decât câștigul general net de 5,7 la sută al rudei sale, Columbia Broadcasting System. Însă este mai mare decât profitul mediu de 4,2 la sută realizat în 1962 de cele mai mari cinci sute de corporații industriale de pe mult citata listă a revistei *Fortune*.

Am fi prea optimiști dacă am declara că toate întreprinderile comerciale din sfera culturii s-au descurcat la fel de bine ca editurile și companiile de discuri. Pe o scară mai mică, unele dintre sutele de galerii de artă în proprietate privată care au apărut în ultimii ani pentru a profita de pasiunea pentru artele plastice au fost sub-finanțate sau prost amplasate și, în consecință, au avut mari greutăți. În mod similar, nu toate posturile de radio pe unde medii care au răsărit în ultimii ani pentru a servi dorința de muzică clasică a publicului au scăpat de dificultăți. Fiecare ramură a industriei culturale s-a confruntat cu propriile sale probleme aparte. Dar, în ansamblu, răspândirea publicului artistic în America a constituit o binecuvântare financiară pentru mulți întreprinzători comerciali care servesc piața culturală.

Din păcate, nu la fel stau lucrurile și în sectorul non-profit. Aici, în loc de profituri în creștere și investitori torcând de plăcere, găsim deficite tot mai mari și patroni nedumeriți.

Să luăm durerosul exemplu al economiei orchestrale. Cele 1.250 de orchestre ale noastre acoperă o gamă întinsă de la Orchestra Simfonică din Boston și Filarmonica din New York până la adunături pur amatoricești care se întrunesc periodic pentru a produce câte o cacofonie între prieteni. Pe plan muzical, cele două capete ale gamei se află la lumi întregi distanță. Pe plan economic, au multe în comun. Ambele pierd bani. Mulți instrumentiști și manageri de orchestră sunt ofensați de o terminologie atât de directă. Ei dezaprobă cuvintele ca „pierdere“ sau „deficit“, argumentând că locul lor e la contabilitate, nu într-o instituție de cultură. Chiar și așa, indiferent de termenii aleși, rămâne realitatea că orchestrele cheltuiesc mai mult decât câștigă. Vorbind din punct de vedere economic, intră tot mai adânc la apă.

În total, activitatea pe un an a acestor 1.250 de orchestre costă 30.000.000$. Ele, însă, câștigă numai 16.000.000$ din vânzarea biletelor, din drepturi de autor pentru înregistrare, din publicitatea programelor și din alte surse. Cele 14.000.000$ rămase constă în subvenții încasate de la patroni, iar suma subvențiilor necesare e în creștere.

Acest lucru e valabil chiar și pentru cele mai bune și mai puternice orchestre. Filarmonica din New York, de exemplu, a vândut toate locurile, la toate

concertele, în stagiunea 1962-1963. Și totuși, nu a reușit să câștige decât 1.300.000$ la casă, în comparație cu un cost total de aproximativ $2.000.000. A mai încasat în plus circa 400.000$ din taxele pe difuzarea radio-T.V. și dividendele pentru discuri, dar a trebuit să le ceară patronilor acoperirea unei pierderi de aproximativ 300.000$. În 1953-1954, cu numai nouă stagiuni în urmă, deficitul era de 125.000$, nici jumătate din cel de azi.

De fapt, în comparație cu alte orchestre, deficitul Filarmonicii este relativ scăzut, în termeni procentuali. Situația aparte în care se găsesc orchestrele simfonice americane după o perioadă de dezvoltare culturală febrilă a națiunii a fost rezumată succint de către Liga Orchestrelor Simfonice Americane, în 1961: „Dacă în urmă cu zece ani orchestrele majore câștigau, în medie, cam 61 la sută din costurile lor totale de operare, media actuală este de 53 la sută, în ciuda concertelor vândute mai numeroase decât oricând în istoria orchestrelor."[6]

Acest sistem se repetă în domeniul operei. Americanii cheltuiesc peste 10.000.000$ anual (cât anume peste, e greu de determinat) pe bilete la operă, dintre care o parte foarte substanțială intră într-o singură instituție – Opera Metropolitană. Met are o poziție atât de stabilă, încât vinde cu regularitate 97 la sută din locuri, la prețuri de maximum 13,00$. Deși sunt necesare cam 8.000.000$ pentru ca Met să funcționeze, în pofida prețurilor mari și poziției sale strategice în Statele Unite, opera reușește să încaseze doar vreo 5.900.000$ la casă. Alte forme de câștiguri – taxele de difuzare, de exemplu – aduc cam 700.000$. Dar deficitul din 1962-1963 a ajuns la aproape 1.400.000$. Aceasta, în comparație cu un deficit de numai 219.000$, cu zece ani în urmă.

Pe scară redusă, situația se prezintă la fel și în alte locuri. Opera Lirică din Chicago și-a deschis porțile pentru prima oară în 1954. La sfârșitul primei stagiuni, acumulase un deficit de 70.000$. Astăzi, în pofida reprezentațiilor jucate virtualmente cu casa închisă, deficitul său anual este de 450.000$, reprezentând aproximativ 40 la sută din costul operațiunii. În Statele Unite există, în total, 30-40 de companii profesioniste de operă, plus circa 430 de companii de amatori care se chinuie și 240 de grupuri producătoare sponsorizate de universități. Suma patronajului necesar pentru a le ține pe toate în funcțiune crește cu fiecare an.

6. Liga definește orchestra „majoră" ca fiind una care are un buget de cel puțin 250.000$ pe an. În această categorie se înscriu douăzeci și șase de orchestre. Alte douăzeci și șapte de orchestre fac parte din categoria „metropolitană" — cu bugete de 100.000-250.000 pe an. În plus, există peste nouă sute de orchestre „comunitare" cu bugete sub 100.000$, plus aproximativ două sute șaptezeci și cinci de orchestre universitare sau de colegiu. Cu cât e mai mic rangul orchestrei, cu atât este mai mare deficitul raportat la bugetul său anual. Astfel, în categoria metropolitană și printre orchestrele comunitare cele mai mari, venitul câstigat atinge o medie de numai 49 la sută. Când coborâm printre micile orchestre comunitare, media este de doar 33 la sută. (n.a.)

Deficite tot mai mari, intensificând nevoia de subvenții, există și în celelalte arte interpretative. Până nu demult, teatrul profesionist din Statele Unite era aproape sinonim cu teatrul comercial din New York. Anii trecuți de la începutul exploziei culturale au cunoscut neașteptata ascensiune a unei grupări de companii rezidente de actori profesioniști din afara orașului New York. Printre acestea se numără Arena Stage din Washington, D.C., Atelierul Actorilor din San Francisco, Teatrul Mummers din Oklahoma City, Teatrul Fred Miller din Milwaukee și alte companii similare din Louisville, Houston, Dallas, Seattle etc. Și tot timpul continuă să apară în ritm rapid altele și altele noi.

Majoritatea acestora sunt instituții non-profit, care își iau teatrul în serios, evitând comediile muzicale și *star system*-ul. Tendințele lor programatice sunt exemplificate de anunțul Teatrului Fred Miller, care a spus că urma să-și aleagă cele șapte piese pentru stagiunea 1964-65 dintre operele următorilor dramaturgi: Albee, Ionesco, Shakespeare, Shaw, Cehov, Wilder, Williams, Wilde, Noel Coward și T.S. Eliot. Starea lor financiară e exemplificată de cazul Teatrului de Repertoriu din Seattle, care și-a lansat recent prima stagiune, înregistrând o pierdere de 180.000$. Nu toate companiile profesioniste rezidente pierd sume chiar atât de mari, dar sunt necesare tot mai multe subsidii pentru a ține aprinse luminile rampei.

Dintre toate disciplinele interpretative, dansul – balet, modern, popular – se află în cea mai precară poziție. Recent, unele subvenții mari din partea Fundației Ford i-au administrat baletului o importantă injecție economică în braț, dar celelalte domenii ale dansului nu au beneficiat de nimic din această mărinimie. Mai mult, nevoia unor asemenea subsidii nu face decât să sublinieze incapacitatea dansului de a-și câștiga existența prin box-office. Organizatorii trupelor de dans știu dinainte că se pot aștepta la creșterea în timp a necesităților de patronaj, nu la declinul acestora. În Washington, D.C., de exemplu, Baletul Național, o companie profesionistă recent formată, a înregistrat în prima stagiune un deficit de peste 80.000$. Se anticipează cu deplină convingere că, până în 1968, deficitul său va ajunge în vecinătatea sumei de 200.000$.

Problemele muzeelor sunt cu totul diferite de cele ale artelor interpretative, dar rezultatele economice se aseamănă. Aproape toate cele peste cinci mii de muzee din Statele Unite, de toate genurile, duc mari lipsuri de bani, personal și spațiu. Printr-o ironie a sorții, interesul publicului față de pictură și proliferarea colecționarilor particulari au provocat inflația pieței de arte plastice, silind muzeele să concureze cu cumpărătorii privați și să plătească prețuri mai mari pentru operele pe care doresc să le achiziționeze. Acest fenomen a produs un efect de avalanșă, antrenând și creșterea altor costuri. Criticul Aline Saarinen a atras atenția că prețul expozițiilor speciale „a devenit

o povară înspăimântătoare, nu numai din cauza costurilor în creștere ale ambalatului, transportului etc., ci și pentru că piața artistică în expansiune a ridicat prețurile asigurărilor la niveluri astronomice."

În același timp, donațiile de opere de artă către muzee, încurajate de legislația fiscală, au reprezentat un câștig artistic dar o adevărată durere de cap imobiliară pentru receptori. Muzeul de Artă Modernă din New York raporta în 1960 că, dintr-o colecție de 18.510 piese incluzând desene, afișe, fotografii și alte materiale speciale, nici măcar 300 nu puteau fi expuse în condiții corespunzătoare, la un moment dat. Restul de 98 la sută din colecție era depozitat în zone fie „incomod accesibile", fie complet inaccesibile. Grosul colecției stătea în magazii aflate la șase cvartaluri distanță de muzeu, iar unele piese de valoare erau depozitate într-un seif de la țară, la peste treizeci de kilometri depărtare.

De-atunci, muzeul a desfășurat cu succes o campanie de colectare a 25.000.000$ pentru o nouă clădire. Strâmtorările de spațiu au scăzut, dar problemele economice rămân. Sunt necesare cam 2.400.000$ anual pentru funcționarea muzeului, unul dintre cele mai bune din lume. Dintre acești bani, însă, mai puțin de 900.000$ – 37,5 la sută – sunt câștigați din biletele de intrare, vânzarea a circa 800.000 de publicații pe an, închirieri de filme și din alte surse. Peste 1.500.000$ rămân de obținut din donații și din cotizațiile membrilor – care sunt, în multe privințe, contribuții deghizate, deși muzeul le declară câștiguri. Registrul financiar al muzeului nu este deloc sărac, ci chiar excelent. Venitul din biletele de intrare este extrem de mare, conform standardelor muzeistice. Într-adevăr, un studiu asupra a 52 de muzee de artă, efectuat de Asociația Americană a Muzeelor, a arătat că venitul mediu din bilete atinge doar 2,6 la sută din bugete. Alte 2,5 la sută se câștigă din vânzări de tot felul. Restul de 94,9 la sută din beneficii constă din cotizații și patronaj, a cărui necesitate crește pe scară universală.

Pe scurt, în timp ce sectorul profitabil al industriei culturale a reușit să prospere pe plan economic, sectorul non-profit a ajuns în curioasa situație de a câștiga mai mult în fiecare an, necesitând totuși din ce în ce mai multe subvenții. Anii de expansiune culturală în Statele Unite, departe de a fi atenuat nevoia de patronaj, au accentuat-o.

Există unii care simt o plăcere perversă citind despre calvarul instituțiilor artistice non-profit. Convinși că Statele Unite se îndreaptă cu viteză spre criză, că au o cultură condamnată la mediocritate și că viitorul nu rezervă decât necazuri, respectivii găsesc în creșterea deficitelor dovada de nezdruncinat că americanii sunt niște mitocani inculți și că instituțiile noastre culturale alunecă spre prăbușire.

Ar fi iresponsabil să subestimăm dificultățile financiare cu care se confruntă aceste instituții. Orice sugestie că situația e mai puțin presantă decât în realitate nu face decât rău. În cel mai real sens al cuvântului, muzeele și trupele noastre de balet, teatrele, orchestrele și operele, reprezintă niște bastioane împotriva a tot ce ieftinește, dezumanizează și degradează viața, în societatea modernă, industrială. Dacă e adevărat că, așa cum am afirmat, această țară face față unei provocări fără precedent de a dovedi că democrația și cultura sunt compatibile, ignorarea acestor dificultăți ne condamnă la eșec.

Și totuși, le facem și mai mult rău dacă le interpretăm greșit dificultățile. Căci rămâne realitatea stranie și înviorătoare că, în ciuda constantei creșteri a deficitelor, nu auzim aproape niciodată despre vreo orchestră simfonică nevoită să se dizolve. În schimb, aflăm că orchestrele își prelungesc stagiunile. Pentru fiecare muzeu care a fost obligat să-și zăvorască ușile din lipsă de patronaj în ultimul deceniu, alte douăzeci au răsărit să-i ia locul. Teatrele, operele și companiile de balet cer venituri subvenționate și trimit armate de colectori voluntari, dar în același timp își măresc numărul de reprezentații pe care le oferă publicului. Adevărul este că deși noi, americanii, ne finanțăm cultura în moduri splendid de arbitrare, de fapt o finanțăm mai bine ca oricând în trecut. Descoperim, ca să ne exprimăm simplu, că instituțiile noastre culturale non-profit nu suferă de o boală degenerativă, ci de delicioasele dureri ale creșterii.

Acest capitol a descris cele două sectoare ale industriei culturii și a prezentat ciudatul calvar al instituțiilor artistice non-profit. Trebuie în continuare să ajungem la originile acestui calvar. De ce, într-o perioadă de boom al interesului public față de arte, fiecare pas înainte e însoțit de o mereu mai acută nevoie de subvenții?

11

Costul ridicat al culturii

Am văzut deficitele luându-și avânt, am auzit litania colectorului de fonduri și zăngănitul căniței sale de tinichea. Ceea ce nu am auzit e o explicație logică a motivului pentru care cresc aceste deficite și de ce vor crește și în viitor. Un om de afaceri căpos, rugat să contribuie la o campanie de colectare a fondurilor, ar avea dreptate să întrebe de ce putem genera profituri într-o parte a industriei noastre culturale, câtă vreme în cealaltă avem nevoie de infuzii constante și crescânde cu subvenții.

Este uluitor cât de rar se pun asemenea întrebări – chiar și de către oamenii de afaceri căpoși. Și mai uimitor e modul cum instituțiile noastre nonprofit au reușit să adune în continuare sume tot mai mari, fără să răspundă. Căci, dacă un patron sceptic i-ar pune totuși întrebarea unui artist sau director cultural, respectivii ar avea tendința să o expedieze. Sunt toate șansele ca interlocutorului să i se răspundă doar cu un zâmbet condescendent. I s-ar servi apoi aserțiunea obtuză (și nu foarte exactă) că orchestrele, muzeele, operele și companiile de dans au avut nevoie întotdeauna, în orice împrejurare, de patronaj. I s-ar aminti de familia Medici, de Arhiepiscopul de Salzburg, de familia Mellon.

Acesta, desigur, e un non-răspuns. Este bine intenționat. Dar e inadecvat. Chiar dacă ar fi adevărat, n-ar explica de ce instituțiile non-profit din Statele Unite trebuie să aibă în continuare nevoie de subsidii, azi, în toiul celui mai mare boom al consumului de cultură pe care l-a cunoscut istoria. Ne trebuie un răspuns mai concludent. Haideți să încercăm să formulăm unul.

Patronajul, desigur, nu se referă numai la bani. Are o legătură directă cu calitatea artei produse. Mai întâi, patronajul îl eliberează pe beneficiar de presiunile box office-ului. Aceasta înseamnă o libertate de a se înălța mai presus de limitele imediate ale gustului popular. Cu cât e mai mare procentajul de câștiguri din patronaj față de câștigurile de la casa de bilete a unei instituții, cu atât e mai liberă instituția respectivă să prezinte materiale experimentale, ezoterice, de mult uitate sau căzute în dizgrație, poate chiar ofensive la adresa publicului. Această libertate este esențială pentru continua

dezvoltare a artei. Pe scurt, patronajul îi dă artistului sau instituției posibilitatea de a forma gustul publicului, în loc de a se rezuma să-l reflecte.

A doua virtute a patronajului este aceea că eliberează artistul de tirania confraților, „tribunalul rivalilor“, cum l-a numit atât de inspirat d'Alembert. Chiar și artiștii care disprețuiesc publicul, sau se prefac că ar face-o, tremură adesea la gândul de a-și ofensa confrații și rivalii. Cine vrea să ajungă de râsul colegilor? Mai mult, o conspirație a rivalilor, conștientă sau inconștientă, poate uneori să blocheze accesul unui artist spre public[1]. Bunăvoința unui patron pentru a sprijini o contra-mișcare, sau un glas singuratic în opoziție, când publicul n-ar fi făcut-o, și-a adus nu o dată profunda contribuție la cultură. Putem fi în total dezacord cu gusturile lui Huntington Hartford. Și totuși, dorința sa de a sponsoriza un muzeu care să expună lucrările unor pictori sau școli de pictură actualmente nepopulare printre artiști poate reieși ca fiind un serviciu major adus artei. Numai trecerea timpului va stabili adevărul.

Astfel, patronajul poate fi o forță eliberatoare, descătușând sau stimulând artistul ori instituția spre a atinge niveluri mai înalte de performanță. Aceasta înseamnă că, fie și în absența altor motive, patronajul rămâne important.

Există, însă, și alte motive. Unul dintre acestea e atât social, cât și estetic. Căci patronajul îi asigură artistului un public mai diversificat și mai democratic decât ar putea avea în absența lui. Dacă toți cei care vor să savureze un concert, un recital de balet sau un spectacol de operă, ori să se plimbe printr-un muzeu, ar trebui să-și achite cota aferentă din adevăratul cost al producției, segmente numeroase ale populației ar avea pur și simplu tăiat drumul spre bucuriile contactului cu arta. Iar artistului i s-ar interzice contactul cu oamenii. Milioane de dolari din subvențiile turnate de-a lungul ultimului deceniu în instituțiile noastre artistice nonprofit s-au folosit la subscrierea concertelor ieftine pentru copii, a concertelor publice în parcuri și amfiteatre în aer liber, a reprezentațiilor gratuite cu Shakespeare sau Mozart, a expozițiilor cu intrarea liberă și a altor servicii similare. Dacă toți ar plăti costul complet al biletului de operă, prețul ar fi aproape dublu decât este azi și un mare număr de oameni, inclusiv mulți studenți, ar rămâne pe din afară. Un bilet de intrare la Muzeul de Artă Modernă costă 1,00$ sau chiar mai puțin. Dacă anul trecut Muzeul ar fi trebuit să existe fără veniturile din patronaj, ar fi fost nevoit

1. Un exemplu concludent în acest sens îl oferă cazul filmului artistic românesc „Neînvinsă-i dragostea“, o producție ALFA-FILM Internațional 1994, căruia presiunile UCIN, din considerente personale, i-au subminat publicitatea, premiera și difuzarea în rețeaua cinematografelor bucureștene; în mod semnificativ, cele trei săptămâni de vară cu proiecții în cinematografe mărginașe au înregistrat o afluență relativ mare a publicului, în condițiile vitrege de sezon estival, reclamă aproape absentă și presă preponderent defavorabilă. (n.tr.)

să scumpească prețul mediu al biletelor până la cel puțin 2,05$[2]. Înlăturați subvențiile Operei Metropolitane, iar prețul maxim al unui fotoliu de orchestră ar fi silit să se ridice la 16,00$. Chiar și la actualul nostru nivel de bunăstare financiară, e cam scump. Astfel, susținând artificial prețuri mai mici, patronajul extinde audiența. În plus, ajută la constituirea audiențelor pentru viitor. Copiii care azi asistă gratis la spectacole de balet pot deveni pasionați pe viață ai dansului, care vor cumpăra bilete mai târziu, la maturitate.

Să presupunem, însă, că iscoditorul nostru om de afaceri nu e impresionat de niște argumente ca acestea. Care e argumentul economic pentru patronaj, poate el întreba foarte bine, distinct de cel social sau estetic?

Dacă i-ar pune această întrebare domnului Bing de la Metropolitan, i s-ar răspunde fără îndoială că la baza nevoii de subvenții stau costurile mari. I s-ar reaminti că este necesară o enormă sumă de bani pentru a produce cultură. I s-ar atrage atenția asupra faptului că, în vreme ce nu sunt necesare decât nouăsprezece vagoane de tren pentru a transporta așa-numitul „cel mai mare spectacol din lume", Ringling Brothers și Circul Barnum and Bailey, pentru un turneu cu oamenii, decorurile și recuzita Operei Metropolitane sunt necesare nu mai puțin de patruzeci de vagoane de cale ferată. I s-ar spune că, pentru a prezenta Scena 2 a Actului II din *Aida*, în care Radames și armata egipteană se întorc de la războiul victorios cu etiopienii, e nevoie de o mică armată. Cineva și-a dat odată osteneala să calculeze numărul de oameni implicați în celebra scenă. Tabelul se prezintă astfel: 96 de coriști; 92 de instrumentiști; 71 de recuziteri; 60 de figuranți; 36 de balerini; 21 de muzicanți în scenă; 8 soliști; 4 ajutoare de dirijor; 4 asistenți tehnici de regie; 4 garderobiere și 4 garderobieri, 2 machiori; și un dirijor; ca să nu mai vorbim de diverșii peruchieri, un sufleur și personalul administrativ – peste 400 de oameni în total.

Este adevărat că prețurile sunt în creștere. Lefurile tuturor acestor oameni, plus costurile propriu-zise ale recuzitei, decorurilor, luminilor, instalațiilor, transportului, întreținerii clădirii, asigurărilor, reclamelor etc. – toate acestea se află într-o indubitabilă ascensiune. Argumentul costurilor nu poate fi trecut ușor cu vederea.

Totuși, nici chiar acest argument nu-l va satisface în întregime pe insistentul nostru om de afaceri. El știe că și costurile lui au crescut, fără a-l împiedica să scoată un profit. Mai mult, sumele relative implicate nu-l impresionează peste măsură. Câtă vreme cele opt milioane necesare pentru activitatea Operei Metropolitane înseamnă, la nivel absolut, o grămadă de bani, devin o nimica toată în comparație cu cele minimum zece milioane pe care multe

2. Sau 2,69$, dacă banii din cotizatiile membrilor sunt considerați necomerciali și, deci, integrați veniturilor subvenționate. (n.a.)

firme de proporții medii le cheltuiesc numai pentru a lansa un nou produs pe piață. Ceea ce va stărui să afle omul nostru de afaceri este modul cum se leagă aceste costuri de producție, de prețurile și de întinderea pieței.

Interesându-se mai departe, el va afla că, aproape la un nivel universal, instituțiile de cultură non-profit, așa cum am arătat anterior, și-au dezvoltat acut producția. Baletul Național din Washington, care după cum am văzut a pierdut mai mult de 80.000$ în prima stagiune și prevede un deficit de aproape 200.000$ peste câțiva ani, preconizează de asemenea creșterea producției de la 17 reprezentații publice pe stagiune la 72. Într-un deceniu, Opera Lirică din Chicago și-a dublat numărul de reprezentații. În St. Paul, am observat că trupa de teatru și-a mărit numărul de reprezentații pe stagiune, de la șase la o sută cinci, numai într-o perioadă de cinci ani. Stagiunile orchestrelor și ale altor instituții se lungesc cu fiecare an, numărul de reprezentații crescând. Într-adevăr, putem presupune aproape cu certitudine că, ori de câte ori în ultimul deceniu deficitul unei instituții a crescut, acest lucru a reflectat și o sporire a producției. Mai mult, există indicii că în multe locuri a crescut nu numai cantitatea, ci și calitatea. S-a înregistrat o remarcabilă ameliorare generală a colecțiilor din muzee și a standardelor de expunere. Multe instituții interpretative importante s-au acordat tot mai fin, augmentând o secțiune de coarde ici, investind în decoruri sau costume mai bune colo, angajând mai frecvent soliști de prima mână și oferindu-i consumatorului mai mult și în sensul confortului fizic: fotolii mai încăpătoare, săli mai spațioase, instalații de aer condiționat, mochete și așa mai departe.

Astfel stând lucrurile, curiosul nostru om de afaceri va întreba, fără îndoială: „Și-au mărit și prețurile în proporția cuvenită?“ Unele, cu siguranță, da. Însă ne lipsesc datele cuprinzătoare pentru a studia ansamblul total al prețurilor din sectorul non-profit, iar faptul că deficitele au urcat ar părea să indice că prețurile nu au ținut pasul cu costurile.

Și astfel, începem să ne apropiem de miezul problemei. Căci persistenul om de afaceri știe că prețul nu poate fi discutat fără a discuta și cumpărătorul. Trebuia să revenim încă o dată la consumatorul de cultură. Lăsând la o parte toate chestiunile de estetică și altruism, toate problemele democrației și ale claselor sociale din rândul publicului, despuind ecuația până la datele economice dure și reci, trebuie să ne întrebăm: dacă este adevărat că a existat o mare creștere numerică a publicului de cultură, dacă estimația de 30-45 de milioane de membri ai publicului cultural este măcar pe departe corectă, și dacă, așa cum s-a sugerat în această carte, publicul respectiv face parte din „clasa confortabilă“ a Americii, de ce nu poate susține instituțiile din sectorul non-profit pe o bază a plăților din mers, în loc ca acestea să se bazeze pe patroni pentru a subvenționa prețuri mici?

Răspunsul este că, deși am folosit termenul „public de cultură", ar fi mult mai potrivit să vorbim despre foarte multe categorii de amatori de cultură suprapuse. Căci audiența artelor din zilele noastre este fracturată și fragmentată. De exemplu, există o felie substanțială a publicului general de cultură care nu-și cheltuiește nici un ban în sectorul non-profit. Iar toate cheltuielile sale culturale se canalizează în sectorul profitabil. Acest grup constă din acele milioane de americani care-și satisfac toate dorințele culturale cumpărând cărți sau discuri, ori ascultând muzică bună la radio, și care niciodată nu vor pune piciorul într-o sală de concerte, într-un muzeu sau în alte instituții culturale non-profit. Din această cauză, piața servită de sectorul non-profit e mai mică decât publicul de cultură ca întreg.

Apoi, printre acei americani care consumă totuși serviciile sectorului non-profit există zeci de subdivizii orientate de-a lungul liniilor de interes. Este un public al muzicii de cameră care nici cu biciul n-ar putea fi adus la un concert simfonic. Există un public al picturii contemporane pentru care marii maeștri nu prezintă nici un interes. Este un public pentru pictura din toate perioadele, dintre ai cărui membri doar o mică parte sunt măcar vag interesați de sculptură. Există baletomani cărora dansul modern le inspiră o indiferență de gheață. Este un public al comediilor muzicale care nici să-l pici cu ceară nu ar privi o piesă de Albee sau Ionesco. Una dintre virtuțile culturii noastre este aceea că oferă o bogată diversitate. Cu cât e mai mare varietatea, cu atât mai bine. Dar aceasta înseamnă că numărul potențialilor cumpărători din fiecare disciplină artistică e limitat.

Și nu e numai atât. Spre deosebire de cărțile, discurile sau reproducerile de artă din sectorul profitabil, produsele sectorului nonprofit nu sunt transportate, ușor sau ieftin. Să împachetezi o carte și s-o trimiți undeva e una; să transporți sutele de oameni ai unei orchestre simfonice și să le plătești cheltuielile de călătorie e cu totul altceva. Acesta e un factor economic crucial. Căci aceste costuri de distribuție sporite duc de obicei la necesitatea ca produsele sectorului non-profit – în majoritate, reprezentații în direct – să fie create în locul unde sunt spectatorii sau în imediata sa apropiere.

Faptul că aceste instituții de artă se restrâng la a servi piețe locale este de o importanță economică fundamentală. Am extras deja o mare porțiune a publicului general de cultură de pe piața non-profit; am împărțit deja restul la numărul grupurilor de interes fundamentale. În continuare, trebuie să subdivizăm aceste grupuri și mai mărunt, conform liniilor geografice, în audiențe locale a câte 1.000-2.000 de oameni pentru fiecare dintre disciplinele artistice reprezentate în sectorul non-profit.

Când am terminat această fracționalizare supra-fină, ne-au mai rămas relativ puține piețe pentru fiecare instituție non-profit individuală. În fiecare

dintre aceste piețe miniaturale, unii consumatori au posibilitatea de a achita costul autentic al producției culturale; alții nu sunt nici capabili, nici dispuși să plătească adevăratul cost, dar sunt dispuși să achite o sumă mai mică sau să consume produsele oferite pe gratis. Rezultatul: cei devotați unei instituții anumite din fiecare comunitate, și care și-o pot permite, trebuie să ofere subvenții pentru a-i asigura existența în continuare.

Putem prezice că un mic număr de orchestre, trupe de dans, opere și teatre rezidente, funcționând în medii locale neobișnuit de favorabile pe plan economic, își vor putea îmbunătăți situația financiară în viitor. Pe măsură ce publicul lor crește numeric și ca putere de cumpărare, ar putea să mărească prețurile și chiar să înceapă să scoată profituri. Unele instituții non-profit se află acum la o distanță accesibilă de această situație. Într-adevăr, privind destul de departe în viitor, avem șanse să vedem unii întreprinzători comerciali intrând în domenii până acum rezervate exclusiv instituțiilor non-profit. Majoritatea companiilor înființate de ei vor activa la început în turnee. Ulterior, se pot stabili în unele dintre orașele mai mari.

Dar această tendință va fi drastic limitată de către efectele unei legi de fier pe care n-am menționat-o până acum. Am putea-o denumi Legea Ineficienței Artei, iar ea este atât de fundamentală, explică atât de mult despre diferența dintre cele două sectoare ale industriei noastre culturale, și este atât de puțin înțeleasă, încât merită o examinare mai atentă. Din cauza acestei legi, o dată cu trecerea anilor, nevoia de subvenții se va accentua acut, probabil, în loc să scadă. Căci această lege garantează că, în cazul anumitor servicii culturale (mai ales spectacole în direct), costurile nu vor face numai să crească, ci se vor escalada într-un ritm mai rapid decât costurile celorlalte bunuri și servicii din societatea noastră. Până nu înțelegem acest lucru, ne va scăpa semnificația esențială a patronajului din zilele noastre.

Pentru a înțelege legea, trebuie să începem cu produsul finit creat de fiecare sector. În sectorul non-profit, produsul finit este de cele mai multe ori o reprezentație în direct – un concert, un recital, o piesă de teatru. Dacă, în scopul analizei economice, considerăm spectacolul în direct o marfă, ne izbește imediat faptul că, spre deosebire de majoritatea mărfurilor oferite spre vânzare în societatea noastră, această marfă nu este standardizată. Nu e produsă de mașini. Este un articol manufacturier.

Vorbind din punct de vedere economic, producția acestei mărfi este desincronizată față de timp. În termenii metodei de producție, reprezintă o revenire într-o perioadă anterioară a societății, când toate produsele erau fabricate manual, când meșteșugarul cu îndemânarea lui era de bază, iar contribuția mașinilor minoră sau inexistentă. Din cauza acestei trăsături anacronice, producția unei singure reprezentații cu un concert, un spectacol de teatru sau

unul de balet este *relativ* costisitoare. În acest sens, arta din vremurile noastre e în mod inerent ineficientă.

Răspândirea producției automatizate prin tot restul societății coboară costul real al altor bunuri și servicii. Acest lucru înseamnă că se mărește costul relativ al produsului manual. Automatizarea, fără îndoială, va aduce cu sine noi forme artistice – muzica electronică nu e decât prima sugestie ezitantă a ceea ce ne-ar putea rezerva viitorul. Dar vom dori, fără discuție, să conservăm și formele de artă ale trecutului, iar aceste forme „convenționale" – concerte în direct, teatru pe scenă, recitaluri de dans în fața spectatorilor – nu sunt automatizabile prin nici o tehnologie care să ne stea azi la dispoziție. Costul oricărei reprezentații sau opere de artă individuale, în comparație cu costul celorlalte bunuri din societate, va fi astfel forțat să crească.

Să observăm contrastul dintre produsul instituțiilor artistice non-profit și acela al fabricantului de discuri. Și el vinde ceva asemănător cu o reprezentație. Dar iluzia e înșelătoare. Avem de-a face cu reproducerea unei reprezentații, întruchiparea produsă în masă a unui spectacol. Câtă vreme spectacolul original e un unicat produs manual, compania de discuri capturează acest produs, îl modifică și îl coagulează într-o formă aptă pentru producția de masă. Editorul, practic, face același lucru. Manuscrisul original al poeziei sau al romanului reprezintă opera de artă a autorului, unicatul, prototipul. Cartea în care este întrupat ulterior e o copie a originalului, multiplicată în masă. Forma sa de producție corespunde perfect nivelului tehnologic din societatea înconjurătoare. Pe măsură ce tehnicile de producție devin tot mai avansate, editorul poate profita de economicitatea lor. Instituția de arte interpretative n-o poate face, iar costul relativ al serviciilor sale este silit să crească într-un ritm mai rapid decât în cazul majorității celorlalte produse ale societății noastre.

Efectele Legii Ineficienței Artei se reflectă în segmentele profitabile ale teatrului american – Broadway, off-Broadway, companiile ambulante și arenele muzicale. Luptându-se să contracareze presiunile Legii, acestea au intrat într-o formă de producție care reprezintă o tranziție între adevărata producție manufacturieră și adevărata producție de masă. O orchestră, de exemplu, prezintă astă-seară un concert de Bach, mâine Beethoven, iar poimâine seară, Brahms. În cel mai bun caz, repetă același program de patru, cinci ori. Segmentele profitabile ale teatrului, pe de altă parte, prezintă repetări exacte ale aceluiași program, seară de seară.

Sunt angajate în ceea ce s-a putea numi „cvasi-producția de masă". Reprezentația din prima seară a unei piese este punctul culminant al multor săptămâni, luni, uneori chiar ani de muncă. Această unică seară apoteotică poate fi considerată adevăratul produs artistic al teatrului. Dar producătorul de pe Broadway acționează pe baza ipotezei că piesa sau musicalul său nu va da

doar o singură reprezentație, ci zeci, poate chiar sute. Astfel, el transformă opera de artă originală într-o copie vie, un articol matrițat, cvasi-produs în masă, prezentat spectatorilor iar și iar, până când nu mai apar cumpărători de bilete la casă.[3]

Desigur, aceste reprezentații succesive diferă ușor de la o seară la alta. Există deosebiri omenești. Ele, însă, sunt în esență cópii sau ștampile după original, iar actorii, asemenea muncitorilor de la lanțul de montaj, obosesc și se plictisesc de acțiunile lor repetitive. Pe măsură ce această plictiseală crește, variațiunile semnificative scad până când, spre sfârșitul unui lung șir, reprezentațiile ajung atât de asemănătoare încât par aproape cópii mecanice[4]. În acest sens, economia companiilor teatrale de pe Broadway, off-Broadway și a celorlalte trupe profitabile seamănă cu aceea a unei întreprinderi comerciale angajate în producția de masă, iar din această cauză antreprenorul teatral culege o parte din avantajele producției de masă – o scădere a costului pe unitate de producție.[5] Dacă luăm costul total al reprezentării unui spectacol timp de un an, constând din cheltuielile de producție (costul dinainte de premieră) plus cheltuielile de operare (costul primei reprezentații și al tuturor

3. În interesul unei mai mari exactități, precizăm că teoria (și practica) teatrului nu atribuie reprezentației din seara premierei calitatea de „operă originală“, sau „punct culminant“. (Ba chiar, de regulă, premiera este remarcabil de slabă pe lângă baremurile stabilite pentru un spectacol.) Prima reprezentație apropiată de o relativă perfecțiune este, de obicei, cam a cincea după premieră. Dar, întrucât în teatru fiecare reprezentație are un caracter de unicat, iar elementele calitative de valoare maximă se repartizează inegal între reprezentațiile unei perioade îndelungate, putem spune că „originalul“ sau „apogeul“ este practic abstract, deductibil statistic dintr-o mare succesiune de reprezentații. În acest sens trebuie să concepem teoria autorului (în rest, perfect justificată) cu privire la caracterul cvasi-masificat al producției unui spectacol teatral - vezi și dezvoltarea teoriei masificării și a demasificării, în operele sale ulterioare. (n.tr.)
4. Din nou o inexactitate: pe lângă tendința rutinieră a spectacolelor foarte jucate, se manifestă o alta, contrară și mai puternică: aceea de a improviza sau de a scurta arbitrar; astfel, în timp, caracterul de „unicat“ al reprezentațiilor se accentuează - din păcate, în sens exact opus calității artistice. (n.tr.)
5. Incidental, acest lucru explică de ce criticii teatrali din New York sunt mult mai puternici decât criticii muzicali. Una sau două cronici proaste din partea principalilor critici teatrali newyorkezi poate alunga o piesă de pe scenă în douăzeci și patru sau patruzeci și opt de ore. Cronica defavorabilă a unui concert al Filarmonicii din New York nu va scoate din activitate orchestra. Pe de o parte, orchestra vinde locuri pe bază de abonament, astfel că mulți dintre spectatori au plătit în avans pentru toată stagiunea. Dar, pe lângă asta, melomanul știe că, chiar dacă Alan Rich de la *Herald Tribune* a acuzat orchestra de a fi moleșită aseară când a cântat Beethoven, ea ar putea fi superbă la concertul Brahms de mâine. Dimpotrivă, dacă Walter Kerr de la *Tribune* spune că textul unei piese noi e subțire si mizanscena slabă, spectatorii știu că aceste defecte se vor menține la fiecare reprezentație ulterioară cu același spectacol. (n.a.)

celor ulterioare), costul unei reprezentații scade proporțional cu creșterea numărului de reprezentații. Însă spectacolul se poate juca numai până la o anume limită. Fabricantul angajat în adevărata producție de masă poate merge mai departe și chiar o face. El nu e numai capabil să-și amortizeze costurile utilajelor și cheltuielile administrative prin seria de producție, ci însuși faptul că oferă mari cantități dintr-un produs face posibile economiile de achiziții și prescurtările procesului de producție fizică propriu-zisă. Toate acestea îi sunt inaccesibile întreprinzătorului teatral. El va avea în continuare nevoie de un actor care să-l joace pe Polonius și de un altul pentru Hamlet, iar amândoi trebuie să fie prezenți în tot timpul prevăzut de text. Nu există posibilități de simplificare.

Avantajele cvasi-producției de masă plasează teatrele de pe Broadway și off-Broadway în sectorul profitabil – dar numai la un nivel marginal. Ele rămân instabile și foarte riscante. Prețurile lor, nesprijinite de propteaua artificială a patronajului, au crescut accentuat în ultimii ani. Iar presiunile se vor agrava în timp. Nu vrem să spunem că producția artistică ar deveni mai ineficientă decât în trecut, ci că nivelul său de eficiență rămâne tot mai mult în urma celui al economiei ca întreg. Într-adevăr, tocmai în această diferență se găsește o mare parte din atractivitatea și seducția artei. Ea nu furnizează produsele lucitoare, standardizate și previzibile ale mașinăriilor. Dar tot aici se află și explicația creșterii costurilor. Într-o bună zi, dacă automatizarea ne va îmbogăți pe toți ca pe Croesus, s-ar putea ca acest lucru să nu mai conteze. S-ar putea să fim în măsură de a ne plăti cota calculată din adevăratul cost de producție al artei în direct. Până în acea zi utopică, însă, presiunile costurilor au toate șansele să mărească presiunile pentru a obține patronaj.

Această prognoză pe termen lung e aceea care face atât de importantă necesitatea de a analiza, mai conștient și rațional decât oricând în trecut, modul în care vom proceda pentru a obține subvențiile necesare.

12

Noii patroni

Patron – Atron – însuși cuvântul inspiră eleganță, excelență și tradiție. Numele marilor patroni defilează prin sălile istoriei artei. Pericle, care a construit Parthenonul, le-a deschis teatrele săracilor, a inițiat concursuri pentru cântăreții vocali și din harpă și a cărui investiție în arte, conform cuvintelor unui istoric, încă mai le aduce dividende hotelierilor din Atena. Maecenas, care i-a finanțat pe Horațiu și Virgiliu. Casa Han, patroana poeților din China anului 200 î.Chr. Cosimo de Medici și Lorenzo Magnificul, patronii lui Michelangelo, Donatello, Brunelleschi și Luca della Robbia. Prințul Esterhazy, la a cărui Curte s-a găsit loc pentru Haydn. Până și regii mărunți și prințișorii și-au asigurat o măsură de faimă nemuritoare prin patronarea artelor. Cine și-ar aminti de Ludwig al II-lea de Bavaria, dacă nu l-ar fi patronat pe Wagner?

Moștenirea artei produsă cu ajutorul patronilor este atât de bogată încât în jurul ei s-a format un mit. Acest mit, propagat adeseori de elitiștii culturii, susține că patronii de odinioară erau mai sofisticați, mai educați și mai civilizați decât cei de azi. O expresie tipică a acestui punct de vedere, aleasă la întâmplare dintre numeroasele declarații de același gen, ne spune că: „Vechiului patron *îi plăcea* arta, el nu o *folosea*. Uneori, o iubea. (...) Patronul și artistul erau foarte des prieteni și lucrau împreună; primul propunea, al doilea executa."

Acest tablou idilic, cu implicațiile sale peiorative la adresa propriei noastre epoci, merge până la un punct. Dar acel punct se situează numai la jumătatea drumului spre adevăr. Căci câtă vreme Dürer îi putea scrie patronului său, Prickheimer, „puți a târfe de-ți simt până aici mirosul", și scăpa basma curată, nu toate relațiile dintre patroni și artiști erau la fel de ușoare și afabile. *Agoniile* lui Michelangelo cu succesiunea sa de patroni papali, necazurile lui Rembrandt cu ofițerii pe care i-a imortalizat în „Rondul de noapte" – toate acestea nu mai au nevoie de nici o relatare. Iar definiția dată de Johnson patronului, ca „îndeobște o canalie care sprijină cu insolență și e plătită cu complimente" are usturimea adevărului. Am putea umple volume întregi cu dificultățile provocate artiștilor de patroni care erau orbi, încăpățânați și neciopliți.

Motivul pentru care mitul dăinuiește, desigur, este acela că patronii erau și

cu slănina în pod, și cu buzele unse. Triumfurile lor trăiesc; gafele, în genere, sunt uitate. Patronii atât de proști sau de inculți încât să susțină mediocritățile epocii se pierd într-o beznă binemeritată. Numai cei care au știut să aleagă sunt ținuți minte. Astfel, istoria patronajului este părtinitoare și selectivă. Nu avem nici un motiv de a crede că patronii din trecut erau superiori celor din prezent. Totuși, erau foarte diferiți. Pe parcursul îndelungatei sale istorii, patronajul și-a mutat baza de foarte multe ori. În Atena, proiectele lui Pericle erau finanțate din fondurile publice. Maecenas era un individ privat. În timpul Evului Mediu și al Renașterii, principalul patron era clerul. Ulterior, această responsabilitate și-au asumat-o regii. O dată cu revoluțiile republicane care au făcut curățenie pe tronurile Europei, a apărut încă un transfer spre folosirea fondurilor publice. Într-adevăr, un studiu efectuat acum un sfert de secol, cu ajutorul consulatelor S.U.A. din întreaga lume, a ajuns la concluzia că „Se poate spune că, de la începutul secolului douăzeci, sprijinul acordat de stat artei a devenit universal, fiind adoptat practic de toate țările în care nu existase anterior un sistem de patronaj guvernamental." Studiul a descoperit semne ale patronajului oficial de stat în toată lumea, din Suedia până în Siam.

În materie de patronaj, însă, situația Statelor Unite a fost întotdeauna diferită. Noi nu am avut niciodată o aristocrație feudală sau o monarhie care să-și asume responsabilitatea financiară a artelor. Nu avem tradiții de patronaj ecleziastic, ba chiar, în perioada colonială, când a exercitat timp de câțiva ani puterea de stat, Biserica a fost în mod activ ostilă artei.

Mai mult, dintr-o diversitate de motive prea binecunoscute pentru a trebui să mai fie redeclarate, întotdeauna am privit cu neîncredere guvernul federal, și mai cu seamă atunci când venea vorba de probleme legate de convingerile sau gusturile personale. Până și scurta perioadă în care s-a cochetat cu sprijinul federal, prilejuită de proiectul artistic al Administrației Progresului Muncii, la sfârșitul anilor 1930, a fost, trebuie să reținem, o măsură economică disperată, menită să ofere locuri de muncă, nu un program conștient de încurajare a artei.

În schimb, patronajul artelor din Statele Unite a căzut, inițial, în seama persoanelor individuale. Russell Lynes, în „Creatorii de gusturi", spune povestea lui Luman Reed, băcanul newyorkez pensionar care, în anii 1830, a devenit „patronul artistic ideal și unic al epocii", cumpărând tablouri de la pictorii americani contemporani, deschizând o galerie și având printre prieteni nu numai pictori ca Thomas Cole, Asher Durand și William Sidney Mount, ci și scriitori ca Washington Irving, James Fenimore Cooper și William Cullen Bryant. În aceeași perioadă a trăit și Thomas Jefferson Bryan, un philadelphian excentric cu o avere moștenită, al cărui vis era acela de a colecționa tablouri care ar fi putut forma nucleul unui muzeu național. A deschis o galerie și a expus în ea opere de Dürer, Mantegna și Velasquez. Apoi, a mai fost și

James Jackson Jarves, fiu al fondatorului unei victorioase companii de sticlărie, care și-a petrecut toată viața colecționând artă cu speranța de a crea o galerie națională.

Dar acești oameni nu au fost decât niște înaintași. Averile create de Războiul Civil și dezvoltarea explozivă a industriei în următoarele trei sferturi de secol au dat naștere unei noi clase de magnați-patroni, bogați, uneori vulgari și ostentativi, adesea mai preocupați de prestigiul personal decât de artă, dar câteodată vicleni și de multe ori generoși. La San Francisco, William C. Ralston, magnatul transporturilor și al căilor ferate, a sponsorizat teatrul. În Est, Harriman a cumpărat multe opere de artă americană pentru a-și decora moșia. Pretențiile de cunoscător ale lui John Pierpoint Morgan au fost adesea puse sub semnul întrebării, dar până și el a dovedit câteodată spirit de discernământ. Plimbându-se prin expoziția de pictură franceză din Târgul Mondial de la Chicago, în 1893, Morgan pufnea cu dispreț. După părerea lui, părea că operele fuseseră selecționate de un comitet de cameriste. Avea dreptate. Așa era. Morgan a plătit atât de generos tablourile, a dat sume așa de mari și a încurajat, prin exemplul său, atât de mulți alți bogătași să îmbrace mantia patronajului, încât la moartea lui, în 1913, prin piața artistică londoneză s-a rostogolit un val de consternare.

Chiar și magnații-patroni din zilele noastre – de la Higginson și Havemeyer până la Hearst, de la Frick la Corcoran, de la Mellon la Rockefeller și Guggenheim – rămân înrădăcinați în istoria culturii americane. În era dominată de magnatul-patron domneau harababura, târguielile și tocmelile, evaziunile fiscale și nu puțin snobism, amestecate cu motive mai puțin dezonorante dar, una peste alta, acest personaj istoric a lăsat totuși în urma sa ceva ce înainte nu existase, câteva mari colecții, câteva mari instituții muzicale, biblioteci și restaurări istorice.

Stând călare ca un colos peste lumea artei din America, magnatul-patron, deși poate nu o știa în acea vreme, era un om condamnat. Impozitul pe venit și alte molime hidoase aveau să-l doboare în curând. În 1929, anul Joiei Negre[1], 513 indivizi duceau acasă salarii de cel puțin 1.000.000$ net – după plata impozitelor. Câștigul lor însumat depășea 1.100.000.000$. În 1955, rândurile lor fuseseră decimate. Nu mai existau decât 276 „milionari“ adevărați. Venitul lor la un loc nu egala decât 600.000.000$. Dolarul valora doar jumătate din cât prețuise cu o generație în urmă și – oroarea ororilor – aceste 600 de milioane reprezentau beneficiul *dinainte* de achitarea impozitelor.

Astăzi, încă se mai găsesc pe ici pe colo patroni individuali cu mare avere, ca niște ciudățenii în lumea artei. Unul e Lincoln Kirstein, moștenitorul maga-

1. Ziua marelui crah bursier din Wall Street, care a declanșat Marea Criză Economică din 1929-1933. (n.tr.)

zinelor universale din Boston care a pompat milioane în Baletul New York City. Mai este Lucia Chase, îmbogățită din covoare și ceasuri de mână, care a făcut același lucru pentru Teatrul de Balet. O avem pe indestructibila Miss Ima Hogg, în vârstă de 81 de ani, generoasă cu Orchestra Simfonică din Houston și Muzeul de Arte Frumoase din Houston. Urmează doamna Norman „Buffie" Chandler, care, conform afirmațiilor nu tocmai inexacte din revista *Time* , „a înființat aproape o dictatură a culturii în sudul Californiei". Și mai apare ocazional câte un Vanderbilt care poate dona pentru Lincoln Center câte 750.000$ la un capriciu. Dar „filantropoizii" de acest gen nu sunt decât niște relicve greoaie ale unui trecut apus.

Trecutul nu e niciodată atât de simplu pe cât îl zugrăvește istoria. Magnatul-patron nu a fost niciodată *singura* sursă de sprijin patronal al artelor americane. Mult timp, însă, el a fost sursa dominantă. Astăzi, patronul individual rămâne o sursă importantă de finanțare, dar, așa cum se arăta în Capitolul 5, nu mai prea are șanse să fie un mare baron-haiduc sau prinț negutător, care își rupe din timpul titanicelor sale aventuri financiare, al croazierelor cu iahtul motorizat sau al verilor în Newport, pentru a dedica artei câteva ore fugare. Nu are șanse, ca unii dintre magnații-patroni, să cumpere un binoclu de operă cu 75.000$, să angajeze ditamai orchestra pentru a-i cânta o serenadă unui prunc nou-născut, sau să transporte toată trupa de teatru de la New York la Chicago doar ca să distreze câțiva prieteni. În schimb, el este în mod tipic un director cu salariul de 40.000$ pe an, un medic cu 30.000$ pe an sau un inginer cu 15.000$ pe an, a cărui soție predă sculptura la un colegiu din apropiere. Mai mult, banii și orele pe care le afectează orchestrei sale favorite, muzeului, sau teatrului rezident, vor însemna foarte probabil mai mult pentru el decât însemnau pentru magnatul-patron.

Patronul individual de azi, cel mai adesea un membru al clasei confortabile, taie o brazdă mai puțin flamboiantă decât magnatul-patron din vechime, dar nu umblă de unul singur. Are parteneri de patronaj. Astăzi, cu excepția contribuțiilor de la persoane individuale, subsidiile se canalizează în instituțiile artistice nonprofit din cinci direcții fundamental diferite: de la firme, de la fundații, de la universități, de la alte tipuri de organizații și de la conducerea municipală, de comitat sau de stat. Pentru a înțelege ce variante alternative avem, ca națiune, pentru a rezolva problemele deficitelor crescânde din sectorul nonprofit al industriei culturale, e necesar să vedem cum se schimbă situația în privința fiecăreia dintre aceste surse de patronaj.

Am descris într-un capitol anterior noile relații incipiente care apar între afacerile și artele din America. Patronajul nu este decât una dintre aceste relații, dar are o semnificație în ascensiune. El este încurajat de faptul că subvențiile filantropice corporatiste se scad din impozitele federale, cu condiția să nu depășească cinci la sută din beneficiul net pre-fiscal al companiei. Deși, în

1963, corporațiile dădeau, conform unei estimări conservatoare, 536.000.000$ pe an pentru o largă diversitate de scopuri, acestea nici măcar nu se apropiau de limita celor cinci procente. Într-adevăr, filantropia corporatistă totală reprezintă doar circa o cincime din suma maximă legală. Astfel, există loc destul pentru creștere, pe bază procentuală. În termeni absoluți, cantitatea se află în urcare.

La fel de importante sunt schimbările din distribuirea acestor fonduri. Suma dată artelor sau cauzelor înrudite cu artele e încă minusculă în comparație cu cele alocate sănătății sau asistenței sociale. Se produce, însă, ceva ce pare a fi o modificare pe termen lung. Comisia Conferențiară Industrială Națională, care emite periodic studii ale donațiilor corporatiste, a raportat în 1963: „Pentru prima oară de când Comisia efectuează aceste sondaje, donațiile acordate învățământului le depășesc pe cele din domeniul sănătății și al asistenței sociale. De asemenea, fondurile alocate de companii cauzelor civice și culturale ocupă și ele locuri mai proeminente." Contribuțiile din această categorie încă nu depășesc 5,3 la sută din total, dar aceasta reprezintă aproape o dublare a procentajului din urmă cu doar trei ani. Pe scurt, perspectiva unei creșteri a patronării artelor de către lumea afacerilor se arată optimistă.

O tendință similară prezintă domeniul în rapidă dezvoltare al fundațiilor filantropice. Fundațiile, unele dintre cele mai curioase roade din copacul abundenței, dau bani pentru o uluitoare diversitate de scopuri, de la ocrotirea găinilor de preerie până la sponsorizarea școlilor de asistente medicale din Taiwan. Undeva între aceste extreme se află artele și științele umaniste. În 1963, fundațiile emiteau subvenții în valoare totală estimativă de 820.000.000$ pe an, cu 10.000.000$ mai mult decât în 1960. Asemenea corporațiilor, dau relativ puțin cauzelor culturale. Dar acest puțin relativ s-a cifrat în 1963 la suma rotundă de 40.000.000$. Nu toți acești bani ajungeau la instituțiile artistice non-profit; o parte din ei le reveneau artiștilor individuali sau cercetătorilor din domeniul disciplinelor umaniste care desfășurau studii de un gen sau altul. Totuși, și aici, la fel ca în sfera patronajului de afaceri, suma alocată pentru scopuri culturale se afla în creștere clară, atât din punct de vedere relativ cât și absolut.

Relația modificată dintre universități și arte a făcut subiectul unui capitol anterior. În această conjunctură, după cum am văzut, universitățile încep să „adopte" anumite teatre profesioniste, formații muzicale de cameră și artiști individuali. Principalul mod în care universitățile canalizează bani în arte are loc prin intermediul subvenționării sutelor de orchestre de amatori din campusuri, al unităților producătoare de operă, al teatrelor și trupelor de dans pe care le coordonează în cadrul programei de învățământ. În același timp, începe să încolțească și o rețea complexă de legături între colegii și instituțiile culturale din afara campusurilor. De regulă, acestea încă nu implică

subscripții financiare din partea universității. Dar nu putem trece cu vederea posibilitatea că, în viitor, universitatea va începe să se impună ca patron direct – care dă bani – pentru instituțiile artistice non-profit dependente, precum și pentru grupurile sau artiștii profesioniști de sub tutela lor.

O altă sursă de fonduri pentru sponsorizarea artelor o constituie organizațiile private sau voluntare. Americanii, așa cum a observat de Tocqueville la începutul jocului, sunt niște participanți notorii. Astăzi, găsim interesul față de arte reflectat în organizațiile fraternitare, cluburile de servicii obștești, biserici și sindicate profesionale, și există semne mărunte dar incitante că în viitor acestea vor putea deveni o sursă regulată de fonduri patronale. A fost remarcat deja rolul Ligii Minore pentru a ajuta subvenționarea consiliilor artistice. Rolul de patroni al bisericilor și al sindicatelor e mai puțin cunoscut. Multe biserici subvenționează trupe teatrale sau muzicale proprii. Sinagogile cumpără cantități însemnate de statui și tablouri. Ambele, în măsură crescândă, folosesc arhitectura inventivă în programele de construcții. Rareori, numai, acordă subscripții propriu-zise instituțiilor culturale non-profit. Sindicatele muncitorești, pe de altă parte, cumpără foarte puține sculpturi și picturi (deși în fața sediului Bauhaus modern al sindicatului muncitorilor auto din Detroit este o statuie, iar în cartierul general al AFL-CIO din Washington se află un mare mozaic mural). Totuși, încep și ele să ofere direct sume instituțiilor artistice non-profit. Contribuția anuală de 10.000$ pentru Orchestra Simfonică din Detroit din partea sindicatului local al muzicienilor din oraș și donațiile Frăției Internaționale a Electricienilor către Lincoln Center nu sunt decât două exemple. Nu demult, Asociația Internațională a Vânzătorilor cu Amănuntul a contribuit cu 1.080$ la Asociația Operei Civice din Washington. AFL-CIO a oferit 5.000$ Festivalului Shakespeare din New York al lui Joseph Papp, iar alte mici sume au fost donate de sindicatele muncitorilor din industria confecțiilor de damă, de modiste, de farmaciști și de angajații spitalelor locale.

Sumele implicate sunt încă mici, dar conferința de două zile despre modalitățile de folosire constructivă a timpului liber, sponsorizată în 1963 de către AFL-CIO, reflectă o receptivitate în accentuare față de problemele pe care le va antrena pentru sindicaliști săptămâna scurtă de lucru. Dacă sindicatele vor reuși vreodată să organizeze serii de muncitori calificați și tehnicieni, sau funcționari, interesul lor pentru arte are toate șansele să crească. Într-ade-văr, o parte din problemele organizării sindicatelor de acest gen constă în demodata imagine a muncitorilor cu „bluze albastre". Nimeni nu s-ar mira dacă anumite sindicate ar începe să cumpere artă abstractă, să participe la evenimente culturale și să-și mărească valoric contribuțiile patronale în cadrul unui efort conștient de a-și actualiza și eleva imaginea.

Sindicatele, bisericile și organizațiile sociale sunt toate, practic, asociații private care servesc porțiuni specializate ale publicului. Pe de altă parte,

subsidiile din partea municipalității, a comitatului și a statului se fac în numele întregului public. Când mureau, magnații-patroni din vechime își lăsau adesea colecțiile de tablouri și sculpturi moștenire orașelor în care trăiseră, cu condiția ca municipalitatea să construiască pentru ele un muzeu, uneori cu prevederea suplimentară ca muzeul să le poarte numele. Astfel, prin 1870 și chiar mai devreme, orașele americane dobândiseră practica de a subvenționa muzee de artă. La sfârșitul Primului Război Mondial, în S.U.A. existau 119 muzee de artă, iar dintre acestea vreo două duzini primeau bani de la municipalitate sau de la stat. Astăzi, probabil că 25 la sută din toate câștigurile muzeelor provin din surse municipale.

Abia la sfârșitul celui de-Al Doilea Război Mondial, o dată cu începerea exploziei culturale, orașele au început să ofere și ele patronaj extins instituțiilor de arte interpretative. Orchestrele, în general, au fost primele dintre acestea care au primit ajutor municipal, și chiar și în zilele noastre orchestrele primesc părți mai mari din subvențiile orășenești decât trupele de operă, companiile de balet și teatrele. Se tinde, însă, spre o concepție lărgită a responsabilității municipale față de arte. În multe orașe, patronajul municipal se îndreaptă spre spectacole școlare deosebite sau concerte publice în aer liber. Dar lucrurile nu stau la fel pretutindeni. Orașul Waterloo, Iowa, de exemplu, cu o populație de circa 70.000 locuitori, își canalizează patronajul prin mijlocirea unei comisii de recreare care, un timp, a subvenționat jumătate din salariul unui dirijor profesionist pentru orchestra simfonică. Primăria orașului New York oferă spațiu cu chirie virtualmente nulă pentru Opera din New York City. Banii municipali ajută la finanțarea multora dintre centrele artistice care își fac apariția prin toată țara.

În majoritatea orașelor, fondurile de patronaj se scot din tezaurul general. Nu același lucru se întâmplă și la San Francisco, care a pus un impozit de trei la sută pe ocuparea camerelor din hoteluri. Această taxă aduce aproximativ un milion de dolari pe an pentru atragerea turiștilor, scop la care contribuie în mod clar și artele. Din suma respectivă, peste 200.000$ sunt puși deoparte pentru subvenții directe către instituțiile artistice non-profit. Orchestra Simfonică din San Francisco și Baletul San Francisco primesc fiecare câte 80.000$. Sume mai mici ajung la Spring Opera, o societate pentru muzică de cameră, la un teatru și la câteva trupe mici de balet și dans modern.

Atâta vreme cât consumul de cultură a fost considerat o activitate elitistă, prezentând interes numai pentru o zonă restrânsă a populației, autoritățile publice considerau, în mod ușor de înțeles, că nu avea nici un rost să aloce fonduri orășenești pentru patronarea artelor. Expansiunea masivă a publicului cultural a creat posibilitatea ca un primar sau consiliu municipal luminat să ofere subsidii fără a fi acuzat că favorizează un mic grup de interese, deja foarte privilegiat. Nu întâmplător, în prezent sunt mai multe orașe ca oricând care dau

bani pentru artă. A intrat în acțiune o democrație de tip rudimentar și prompt.

Comitatele americane au imitat cu întârziere municipalitățile, dar câteva și-au adus contribuții semnificative. Cel mai mare program patronal de comitat este cel al Comisiei de Muzică a Comitatului Los Angeles, care finanțează un program destul de extensiv de patronare a artei municipale din partea primăriei orașului Los Angeles. Comisia de comitat împarte 10.000$ între Filarmonica Los Angeles și Asociația Hollywood Bowl, o organizație de sponsorizare a muzicii. Distribuie încă 230.000$ în donații mici pentru zeci de instituții muzicale nonprofit, de la ansambluri instrumentale până la grupuri corale. Probabil că în următorii ani își vor asuma și alte comitate programe limitate de patronaj, dar acestea au toate șansele să rămână proporțional mici.

Pe de altă parte, statele pot deveni destul de importante. Statele au început să contribuie la susținerea artelor cel puțin din 1936, când a fost creat Muzeul de Arte Frumoase Virginia, ca întreprindere în proprietatea și utilizarea statului. În prezent, muzeul primește subscripții anuale de 300.000$ din fondurile de stat. A înființat o rețea de filiale regionale, prin care pune în circulație expoziții; are un teatru, precum și un „artomobil". Carolina de Nord, vecina sudică a Virginiei, însușește și ea fonduri de stat pentru subvenționarea artelor. Alocă aproximativ 75.000$ pentru a sprijini Orchestra Simfonică din Carolina de Nord, o trupă ambulantă, și aduce mici contribuții la Centrul Muzical Brevard, un teatru, un muzeu din Raleigh și un număr de alegorii istorice reprezentate în timpul verii. Recent, în perioada administrației Guvernatorului Terry Sanford, care a luat măsura neobișnuită de a numi un romancier, John Ehle, în funcția de consultant permanent cu artele și învățământul, statul a alocat fonduri spre a se înființa o școală pentru instructajul artiștilor interpretativi. Când se va deschide, în Winston-Salem, va fi prima instituție de acest gen finanțată din fonduri publice, din afara orașului New York.

Alte câteva state – Kentucky, de exemplu – au experimentat și ele patronajul artistic, pe scară limitată. Statului New York, însă i-a rămas să elaboreze primul program artistic de stat pe scară largă. Creat printr-un act legislativ în 1960, Consiliul de Arte al Statului New York a devenit un patron important și energic. Prin 1963, avea un excedent bugetar de 560.000$ și, sub conducerea imaginativă a lui John MacFayden, statul iniția noi tehnici de patronaj.[2]

La început, Consiliul a oferit bani, de fapt subvenții, unor anumite grupuri profesioniste de artă interpretativă binecunoscute, pentru a le ajuta să subscrie la costurile turneelor în unele dintre localitățile mai mici ale statului. Ulterior, în loc să mai ofere ajutor trupelor ambulante, a canalizat banii direct spre organizațiile artistice locale. La rândul lor, acestea alegeau companiile ambulante

2. MacFayden, de profesie arhitect, a demisionat în aprilie 1964, pentru a reveni la planșeta de proiectare. (n.a.)

pe care doreau să le invite și se foloseau de banii Consiliului pentru a ajuta la plata costurilor. Acest lucru a lărgit posibilitățile de a alege dintre trupele în turneu și a transferat comunității inițiativa. Conform acestui sistem, orașul Auburn (35.000 loc.) a putut asculta Orchestra Simfonică din Cincinnati; Corning (17.000 loc.) a găzduit Compania Americană de Balet; Jose Greco a vizitat Alfred, New York (2.800 loc.); iar în orașele de dimensiuni medii Syracuse și Troy au dat spectacole Baletul din San Francisco și Boston Pops.

De asemenea, Consiliul a oferit fonduri speciale pentru programe educative de diverse feluri. Filarmonica din Buffalo, sub conducerea distinsului său dirijor și compozitor Lukas Foss, a deschis școli de calificare pentru membrii orchestrelor mai mici și mai slabe. Consiliul a ajutat un grup de companii locale de operă să-și creeze o organizație regională prin intermediul căreia să poată folosi în comun decoruri, costume, muzică și altele asemenea. A încurajat formarea de consilii artistice în multe comunități.

În plus, Consiliul a organizat efectiv un program de asistență tehnică în domeniul artistic – primul de acest gen din Statele Unite. Conform acestui aranjament, o instituție artistică locală care are nevoie de consultanță specializată din afară, dar nu și-o permite financiar, poate cere ajutorul Consiliului. Consiliul găsește expertul potrivit, îl plătește și îl trimite la fața locului. Prin intermediul programului, muzeele mici au putut importa specialiști care să-i ajute să-și amelioreze tehnicile de expunere și restaurare; micile teatre au beneficiat de ajutorul experților în mizanscenă și iluminare; grupurile artistice implicate în programe de construcții s-au consultat cu un director profesionist al relațiilor cu publicul, privind posibilitățile de a-și îmbunătăți comunicările cu comunitatea; iar în orașele întregului stat s-au organizat seminare specializate și sesiuni de antrenament de tot felul.

Toate acestea s-au realizat cu minimum de tapaj, de către un colectiv redus, muncind intensiv, în niște încăperi modeste din capătul degradat al Străzii 57 din Manhattan. Programul a atras atenția de pe tot cuprinsul Statelor Unite și, parțial, a fost responsabil pentru erupția agențiilor de artă înființate de alte state în ultimii ani. Prin luna martie, 1964, cel puțin 24 de state afirmau că aveau consilii sau comisii artistice. Majoritatea acestora se aflau încă în etapa de formare; aproape toate figurau numai pe hârtie. Dar există semne că tehnicile dezvoltate în New York pot fi nu peste mult timp emulate și în alte locuri. Statul California a votat 50.000$ pentru studii inițiale și activități de planificare și are toate șansele să devină al doilea stat cu program cuprinzător de patronaj al artelor efectuat de o agenție întemeiată anume în acest scop.

Rareori, dacă nu chiar niciodată, s-a mai întâmplat în istorie ca artele unei națiuni să atragă simultan patronajul din atât de multe surse diferite. Indivizi, corporații, fundații, universități, organizații de voluntari, conduceri orășenești, de comitat și de stat, în moduri diferite, au canalizat fonduri în sectorul

nonprofit al industriei culturale. Acest pluralism al patronajului contrastează acut cu sistemele din trecut, când o singură sursă – rege, Biserică, magnat – domina economia artei și artistul. Într-adevăr, acest sistem, conformându-se exact contururilor societății noastre deschise, este aproape o invenție americană.

Privită din afară, această invenție seamănă mai mult cu o născocire de-a lui Rube Goldberg, decât cu o probă de instrumentație genetică elegantă. Zdrăngăne și clănțăne, în timp ce macină bani pentru arte. Dar înfățișarea sa exterioară e înșelătoare, căci sistemul are multe virtuți ascunse.

Prima dintre acestea e de ordin practic. Pluralismul patronajului îndepărtează capcana îndatorării artistului față de un singur sponsor. Dependența de un magnat-patron unic a însemnat moartea subită a Orchestrei Simfonice din Detroit, la sfârșitul anilor 1940. Astăzi, Orchestra Simfonică din Detroit e patronată de un bloc de persoane individuale, de corporații, de organizații voluntare și de municipalitate, fiind necesar mai mult decât un capriciu individual pentru a-i pune capăt zilelor.

Iar capriciile nu sunt singurele pericole ale dependenței de o singură sursă. O scădere în câștigurile patronilor individuali, în profiturile unei corporații, în cotizațiile unui sindicat sau în taxele încasate de un for municipal poate handicapa instituția artistică dependentă de oricare dintre acestea. În același context, diversificarea bazei patronale protejează instituția de obișnuitele fluctuații ale ciclului de afaceri. Recesiunile încă mai continuă să fie însoțite de scăderi ale contribuțiilor, dar cu cât sunt mai diverse sursele de patronaj, cu atât mai puțin grav va fi impactul. În timp ce multe muzee sau opere, companii de dans sau orchestre manifestă astăzi o instabilitate neîndoielnică datorată finanțărilor haotice de sub sistemul actual, sectorul nonprofit în ansamblu este probabil mai stabil și mai sigur decât ar fi altfel.

Un al doilea avantaj, mai important, constă în faptul că patronajul pluralist ajută ca instituția artistică să-și fixeze rădăcinile în comunitate. Prin acest sistem, sunt comunicate instituției artistice gusturile și interesele organizațiilor reprezentative pentru segmente largi ale publicului, nu numai ale persoanelor individuale, iar instituția e încurajată să servească necesitățile societății. O mare parte din banii municipali canalizați spre orchestrele simfonice, de exemplu, sunt afectate scopului concret de a finanța concerte gratuite pentru elevii de școală. Acest lucru impune anumite limite asupra repertoriului muzical al orchestrei pentru respectivele concerte, dar totodată cimentează relația dintre orchestră și comunitate. Dirijând instituția de artă spre obiective din afara ei, patronajul multiplu creează legături între artă și societate. Aceste legături sunt cât se poate de sănătoase. Îi conferă culturii relevanță socială. Îi oferă instituției artistice un scop și un loc organic în societate.

Cu cât sunt mai diversificate sursele de patronaj, cu atât vor fi mai variate scopurile cărora li se vor repartiza subvențiile. Institutul de Artă din Chicago, de exemplu, primește bani de la o corporație, cu condiția de a oferi un premiu „pentru cea mai bună sculptură realizată prin tăiere și sudură cu oxiacetilenă". În sine, acest scop foarte îngust poate părea neimportant. El însă are o importanță foarte clară pentru patron, o divizie a Union Carbide Corporation, și cu cât vor fi servite de artă mai multe asemenea scopuri, cu atât mai profund încastrată în societate și mai vital indispensabilă va deveni arta. Sistemul nostru de patronaj pluralist asigură servirea de către artă a unei ample diversități de scopuri sociale.

În sfârșit, și în cel mai important sens, patronajul multiplu dă posibilitatea unui mai mare grad de libertate pentru artist decât orice sistem posibil de patronaj dintr-o singură sursă. Se poate face o comparație exactă cu liber-profesionistul care, întrucât lucrează pentru mai mulți șefi, este în ultimă instanță singurul său șef. În societatea americană ca întreg, centrele de putere și decizie sunt dispersate larg, printr-un sistem de pluralism patronal. Această deschidere încurajează o mare diversitate și bogăție a producției. Mărește probabilitatea sprijinului pentru întreprinderi artistice de cea mai mare diversitate posibilă. Desigur, nu înseamnă că toate aceste întreprinderi își vor găsi sprijinul financiar necesar. Dar, dacă nu reușește să atragă patronajul dintr-o zonă, artistul sau instituția artistică are posibilitatea de a-l căuta în altă parte.

Vulnerabilitatea artistului în cadrul unui sistem de patronaj din sursă unică s-a dezvăluit în mod dramatic nu demult, când una dintre cele mai bune companii de balet profesionist ale țării, Robert Joffrey Ballet, a fost pur și simplu silită să-și înceteze existența din cauză că Fundația Rebekah Harkness, care o subvenționase, i-a tăiat intenționat craca de sub picioare. Fundația a cerut ca trupa să se reorganizeze sub un nume nou – Harkness Ballet. Joffrey, tânărul și sclipitorul său director, a ezitat să accepte, susținând că i se oferise postul de director artistic în cadrul companiei reorganizate, „dar numai cu asigurări foarte vagi privitoare la cine avea să-și exercite autoritatea supremă asupra politicilor artistice ale companiei." El a adus cazul în atenția presei, cu următoarele întrebări: „Este normal ca o fundație care a susținut o companie de balet și politica acesteia să-i ceară dintr-o dată companiei să-și schimbe această politică și să preia numele fundației? Este firesc ca reprezentanții fundației să aibă dreptul de a decide asupra unor chestiuni strict artistice, inclusiv alegerea coregrafilor, a compozitorilor și a scenografilor?" Întrebările erau retorice. Indiferent de reclamațiile fundației la adresa domnului Joffrey – desigur, fundația prezentând varianta ei despre respectiva situație – incidentul nu a făcut decât să demonstreze volatilitatea patronajului dintr-o singură sursă. Dacă Joffrey ar fi avut o diversitate de patroni, compania lui ar fi trăit, fără îndoială, și azi. Ba chiar, existența atât de multor alte surse potențiale de

finanțare creează posibilitatea ca, nu peste mult, compania să renască asemenea păsării phoenix din propria ei cenușă.

Faptul că subvențiile din societatea noastră provin din atât de multe surse diferite dă naștere unor posibilități interesante. Existența patronajului multiplu face posibilă ajustarea „amestecului" de fonduri patronale în moduri diverse. Să ignorăm, un moment, dificultățile de ajustare a amestecului. Există greutăți, deși nu sunt insurmontabile. Să ne imaginăm că o mână vrăjită ar putea regulariza izvoarele din care curg diversele fluxuri de subvenții. Dacă așa ar sta lucrurile, ar fi teoretic posibil ca torentul fondurilor să se structureze spre realizarea unor scopuri diferite. De exemplu, presupunând că fiecare donație e însoțită de anumite presiuni estetice (ipoteză aproape corectă), este posibil ca, prin controlarea amestecului, să se creeze o situație în care presiunile din surse diferite s-ar anula reciproc, lăsându-l pe directorul artistic răspunzător numai în fața lui însuși și astfel creând un context de maximă eliberare de presiunile externe. Acest lucru nu e posibil în cazurile unde subsidiile provin dintr-o singură sursă.

Iar o asemenea posibilitate, nu este în întregime teoretică. Căci și în zilele noastre, chiar și fără o „mână vrăjită", mulți custozi de muzeu abili, mulți directori artistici de orchestre, opere, companii de dans sau teatru, se folosesc de interesele conflictuale ale patronilor pentru a-și crea o poziție de putere proprie. Ca mediatori între ei și ca om care știe cele mai multe lucruri despre operațiunile zilnice ale instituției, directorul se află frecvent în situația de a dirija combinația presiunilor spre împlinirea propriilor lui obiective artistice. Când banii provin dintr-o singură sursă, lui îi revine foarte puțină putere. Cu cât există mai multe surse diferite, cu atât e mai slabă presiunea individuală a fiecăreia. Și cu atât crește mai mult influența potențială a artistului.

Prin urmare, ceea ce s-a dezvoltat în Statele Unite este un sistem de patronaj cu baze largi, flexibil și care îi conferă o mare libertate artistului sau instituției artistice. Totuși, faptul că deficitele din sectorul non-profit cresc i-a îndemnat pe mulți să pună la îndoială operabilitatea pe termen lung a sistemului. N-ar fi mai eficient și mai rațional, întreabă ei, să aducem și guvernul federal în parteneriatul de patronaj? N-ar trebui ca guvernul federal, alături de guvernul statal și local, să-și manifeste preocuparea pentru viitorul artei în America sprijinind sistematic artele așa cum fac atât de multe alte guverne naționale?

Această întrebare va fi adresată cu frecvență crescândă, pe măsură ce deficitele vor continua să crească, împinse de inexorabila presiune a Legii Ineficienței Artei. Vom încerca să-i răspundem în capitolul care urmează.

13

Artă și politică

În ziua de 17 octombrie 1963, la orele 14:00, trei agenți ai Serviciului de Venituri Interne au urcat o scară dintr-o clădire degradată, la colțul dintre 14-th Street și Sixth Avenue, în New York City. În capătul scării, au intrat într-un holișor. Din acesta se ajungea într-o mică sală de spectacole, în capătul căreia au văzut o scenă baricadată cu sârmă ghimpată – o parte dintr-un decor de teatru. Ca un trio de Keystone Kops[1] intrând neștiutori într-o ambuscadă cu tarte cu frișcă, erau complet nepregătiți pentru evenimentele din următoarele câteva zile – o confruntare ironică între boemă și birocrație.

Acea dărăpănată sală de teatru cu 150 de locuri aflată într-un pod de la nivelul al doilea era sediul companiei Living Theatre, o trupă de avangardă condusă de Julian Beck și soția sa, Judith Malina. Living Theatre, pe-atunci vechi de șaptesprezece ani, își câștigase reputația internațională de a pune în scenă piese contemporane neliniștitoare, ca *The Connection*[2] de Jack Gelber și *The Brig*[3] de Kenneth W. Brown. Reprezenta o forță în teatrul american.

Din păcate, pe lângă toate celelalte calități, mai era și complet falit. Living Theatre îi datora proprietarului chiria restantă în valoare de 4.000$ și rămăsese în urmă cu 28.000$ la fisc. Majoritatea acestei sume consta din bani reținuți din salariile actorilor, dar care nu-i fuseseră plătiți niciodată Unchiului Sam. Soții Beck lucrau între douăsprezece și paisprezece ore pe zi și nu câștigau în nici o săptămână mai mult de 40,50$. Actorii lor jucau pe o leafă de mizerie. Dar costul inovației și al rebeliunii e scump. Soții Beck, angajați în amândouă și confruntați cu pierderi continue, luau pur și simplu din banii de impozite pentru a-și menține teatrul în viață.

Acest sistem de finanțare deficitară s-ar putea să aibă multe merite; guvernul federal, însă, îl privește chiorâș. Prin urmare, într-o perioadă de mai multe luni, agenții I.R.S. s-au întâlnit cu Beck de 22 de ori și au purtat 55 de

---

1. Polițaii Keystone, celebrii polițiști-bufoni din comediile burlești ale companiei cinematografice Keystone. (n.tr.)
2. „Filiera“. (n.tr.)
3. „Bulăul“. (n.tr.)

convorbiri telefonice, al căror subiect e lesne de închipuit. Acum, guvernul Statelor Unite părea să fi ajuns la capătul răbdării. Cei trei agenți apăruți în capul scării fuseseră trimiși să închidă incinta și să confiște toate bunurile patrimoniale fizice care ar fi putut să fie vândute la licitație pentru acoperirea impozitelor.

Julian Beck și Judith Malina, însă, ieșind în întâmpinarea invadatorilor, nu aveau intenția să se lase scoși din activitate de o problemă atât de terestră ca impozitele restante. Împreună cu actorii, s-au hotărât să riposteze în singurul mod pe care-l cunoșteau. Și, în continuare, i-au transformat pe perceptori în personaje involuntare ale unei *opera buffa* improvizate.

Cineva a început prin a arbora un steag de luptă în fereastra biroului de la Living Theatre. Drapelul declara: „Guvernul S.U.A. oprește arta!“ Curând, o mulțime de prieteni și susținători ai companiei de artă dramatică, atrași de vestea apropiatei răfuieli, au început să forfotească pe trotuar, sub ferestrele teatrului. Reporterii și echipele de televiziune se adunau roiuri-roiuri. Poliția și agenții fiscali au înconjurat clădirea cu baricade. Atunci, soții Beck au anunțat că aveau înăuntru trei paturi și că trupa plănuia să se instaleze aici pe termen îndelungat. Prietenii din stradă au început să le trimită alimente și provizii, într-un coș de gunoi coborât de la fereastră cu o sfoară. Pichetiștii purtau pancarte proclamând principiul: „Artă înaintea impozitelor“.

A doua zi dimineață, pichetul se împuținase rămânând doar trei viteji singuratici, dar înăuntru actorii continuau să stea baricadați, cântând: „Ajutați la salvarea Living Theatre-ului!“ Războiul de uzură a continuat toată ziua de vineri, până noaptea, actorii obstinați refuzând să plece, iar perceptorii, buimăciți dar îndărătnici, rămânând hotărâți să-și facă datoria. Apoi, înaintea zorilor zilei de sâmbătă, soții Beck au hotărât să înceapă încă o reprezentație cu „Bulăul“. Au anunțat restul lumii prin telefon.

Între timp, perceptorii reușiseră să taie accesul între sală și celelalte birouri și încăperi, dar Beck a descoperit două uși de incendiu neblocate. În aceeași seară, cu strigătul: „La teatru!“, și-a condus forțele prin aceste uși, în sală, cu reporterii și cameramanii îmbulzindu-li-se pe urme. Agenții fiscali, recurgând la războiul tehnologic, au scos o siguranță, cufundând sala în întuneric. Împotriva acestei măsuri, soții Beck erau neputincioși. Dar sprijinul a sosit dintr-o direcție neașteptată: echipele de televiziune au început să protesteze atât de vehement, încât perceptorii au repus lumina în funcțiune.

În față, se adunaseră peste o sută de partizani și spectatori. Poliția îi îndemna să circule. Beck le răcnea de la fereastră să stea pe loc. Trei actori din altă trupă de pe off-Broadway au venit cu o scară, au rezemat-o de clădire și au intrat printr-o fereastră de la etajul întâi, pentru a întări rândurile beckiților asediați. Poliția a capturat scara. Mulțimea a început să huiduie într-o veselie.

Cineva a descoperit că puteau ocoli blocada poliției, intrând într-o clădire alăturată și trecând de pe un acoperiș pe altul. Un detașament din mulțime a trecut imediat la acțiune. Alții, invitați să urce cu liftul coșului de aprovizionare, au privit frânghia cam subțire și au refuzat discret.

La orele 21:45, trupa Living Theatre a reprezentat „Bulăul" în fața unui public de vreo douăzeci și cinci de spectatori. Agenții I.R.S., invitați să asiste, au preferat să se abțină. În pauza spectacolului, s-a întreprins o colectă pentru Living Theatre. A însumat totalul general de 16,50$. La sfârșitul reprezentației, publicul a aplaudat actorii. Actorii s-au ridicat să aplaude publicul. Perceptorii le-au cerut tuturor să plece.

Acum, însă, spre oroarea agenților fiscali, o parte din spectatori s-au hotărât să se alăture protestului permanent. Era jignirea finală. Ultimul bastion al toleranței birocratice fusese penetrat. Perceptorii au lansat un ultimatum: eliberați locul, sau veți fi arestați. Nimic n-ar fi putut face o mai mare plăcere mulțimii. Pe la orele 01:30 a.m., se operaseră douăzeci și trei de arestări. Lupta se sfârșise. Living Theatre – simbol al conflictului între bani și cultură – era mort, asasinat de guvernul federal.

Arta, însă, e rezistentă ca o pisică vagaboandă și are mult mai multe vieți. Întreaga încurcătură amintea în mod plăcut de Montmartre-ul din urmă cu trei sferturi de secol. Dar se recunoștea și un accent al societății îmbelșugate. Înainte ca weekend-ul să fi trecut, un operator imobiliar și proprietar de teatru le-a oferit soților Beck folosirea gratuită a unei alte săli, mai bune. În câteva săptămâni, soții Beck au organizat un teatru mai bun, iar „Bulăul" a revenit pe scenă, jucat de aceeași trupă, în aceeași regie. Toți prizonierii de război fuseseră eliberați de poliție, după o zi de la arestare. Numai soții Beck au fost dați în judecată – dar nu pentru evaziune fiscală, ci pentru obstrucționarea ofițerilor federali în exercițiul funcțiunii.

Desigur, fapta companiei Living Theatre de a-și finanța operațiunile din banii care potrivit legii aparțineau guvernului federal a echivalat cu a obliga guvernul federal să subvenționeze arta. Astăzi, în timp ce deficitele continuă să crească nu numai printre trupele teatrale de avangardă ci și printre instituțiile artistice non-profit mari, stabile și foarte conservatoare, tot mai mulți americani încep să considere că subvenționarea federală ar fi singura soluție pentru bolile economice ale artelor.

Controversa „ajutorului federal pentru arte", care face zarvă în fundalul conștiinței naționale cam de o generație și mai bine încoace, amenință să devină deranjant de zgomotoasă. Acuze, profeții și lamentații sfâșie noaptea. Aerul e plin cu miros de tămâie și legendă.

Mitologii muncesc din greu de ambele laturi ale discuției și la toate

cocktailurile unde se abordează subiectul. Lipsa de date concrete nu a stânjenit niciodată serios o controversă, desigur, dar aici absența informațiilor concludente și cuprinzătoare e accentuată prin absența puterii de judecată. Astfel, dintr-o parte auzim acuzații că planurile de ajutor federal pentru arte vor avea „rezultate dezastruoase", întrucât coincid cu un complot al Moscovei de a promova „urâtul, futurismul și ereziile în artele plastice, literatură, teatru, muzică, practica orientalismului grosolan, modernism și perversiuni degenerate." Pe de altă parte, îl auzim pe criticul Kenneth Tynan spunând unei mulțimi de patroni bogați ai artei reuniți să adune bani pentru Școala de Muzică Manhattan că statul ar trebui să „țină teatrele, sălile de concerte, ziarele și studiourile cinematografice în rentă pentru artiști". Ținând seama de protestele sale în numele libertăților civile, când Subcomisia Senatorială pentru Securitate Internă l-a somat să dea explicații despre un program de televiziune pe care îl realizase, e înviorător să vedem cât de nezdruncinată rămâne credința lui în autoritatea centralizată. De-atunci, nimeni nu a mai luat cu asalt baricadele pentru a preda mijloacele de producție artistică la discreția statului, dar există alții care întrețin concepția la fel de inocentă că e de datoria guvernului federal să cultive inovația în artă. Scriitorul Lawrence Lipton, de exemplu, s-a despovărat de ideea că guvernul federal ar trebui să-i dea „latentului creator din avangarda crescândă a artelor atât de mulți bani câți își poate permite să desprindă din desfășurarea Războiului Rece și pregătirea pentru genocidul nuclear, și să-i dea fără obligații". Lipton nu propune un test cu turnesol prin care guvernul federal să poată determina exact ale cui talente stau în „avangarda crescândă a artelor" și ale cui s-au demodat.

Cei mai mulți dintre americani ar ezita să meargă chiar atât de departe ca dl. Tynan sau dl. Lipton spre a invita guvernul federal într-un parteneriat cu artele; în același timp, nu mulți cred efectiv că propunerile de asistență federală a artelor fac parte dintr-o mare conspirație pentru a cultiva modernismul și perversitatea în cultură. Adevărul cel mai simplu e că majoritatea americanilor sunt derutați și nesiguri ce anume e bine și ce nu. Dar nu același lucru se poate spune despre făuritorii-de-mituri. Pot fi și ei derutați; însă nesiguri, niciodată.

Mitul numărul unu, larg întreținut, este acela că guvernul federal nu face nimic pentru arte. Această idee se lansează de obicei în conversațiile de la petreceri, de către activista socială brunetă cu bijuterii scandinave și taior de jersée negru lung după moda de anul trecut. Tocmai s-a întors dintr-un zbor charter în Europa, iar America, ne spune ea pe un ton de o certitudine cinică, n-a arătat niciodată atât de rău.

Putem lăsa la o parte ideea evidentă, dar adesea trecută cu vederea, că orice guvern poate ajuta cel mai mult artele menținând pacea, asigurând

prosperitatea economică, libertatea politică și bunăstarea generală, decât prin programe specifice, concepute anume în acest scop. De asemenea, putem să nu luăm în seamă faptul că, prin legislația copyright-ului, guvernul federal contribuie la protejarea artiștilor creatori cum sunt compozitorii, scriitorii, dramaturgii și poeții. Dar nu trebuie să omitem unele dintre modurile mai puțin evidente în care guvernul federal a ajutat la cultivarea artelor. Peter Pollack, fost director al Federației Americane a Artelor, referindu-se la înlăturarea de către Congres a barierei tarifare din calea importului de opere de artă, a declarat: „Numai promulgării acestei legi i se poate datora faptul de a fi făcut posibilă colecționarea unor comori neprețuite care se pot vedea acum în muzeele țării."

Mai mult, guvernul federal este el însuși, în mod limitat, un achizitor de bunuri și servicii artistice. Cumpără tablouri pentru a-și împodobi clădirile. Îl angajează pe Edward Durrell Stone ca să proiecteze o ambasadă. Folosește pictori și sculptori la concepția statuilor, a frescelor, a medaliilor și a timbrelor poștale. Mai direct, conform programului de schimburi culturale al Departamentului de Stat, exportă companii americane de balet, orchestre, trupe teatrale, companii de dans și artiști creativi și interpretativi individuali până în cele mai îndepărtate zone ale lumii. Violoniști ca Rugiero Ricci și Isaac Stern cântă în Islanda; Hal Holbrook îl personifică pe Mark Twain la Zagreb; Jose Limon dansează în Brazilia și Uruguay. Toate aceste programe guvernamentale, indiferent de motivațiile sau deficiențele lor, oferă locuri de muncă și mici câștiguri financiare artiștilor.

Dar cea mai importantă contribuție economică adusă de guvernul federal acționează prin sistemul fiscal. Alte guverne acordă subvenții bănești directe artelor; guvernul nostru, în schimb, preferă să ofere stimulente fiscale persoanelor individuale, firmelor și celorlalte instituții care contribuie cu fonduri în scopuri culturale. Acesta e un patronaj pe ușa din dos și nu trebuie în nici un caz să fie eliminat ca nesemnificativ.

Trezorierii, observând diversele scutiri de impozite care le stau la dispoziție patronilor, spun că în medie, pentru fiecare dolar de contribuție la cauza culturală în S.U.A., donatorul primește în schimb o economie fiscală de cincizeci de cenți. Dacă această estimație e corectă, înseamnă că guvernul federal investește cel puțin 5.000.000$ pe an în sprijinirea orchestrelor simfonice; împinge cam 700.000$ spre a acoperi deficitul Operei Metropolitane; și așa mai departe, printre toate teatrele, muzeele, companiile de dans și celelalte instituții artistice non-profit.

Asociația Americană a Consiliilor pentru Colectare de Fonduri a estimat că americani au dat în anul 1963 un total de 10.25.000.000$ pentru acțiuni filantropice. Din acești bani, aproximativ 300.000.000$ s-au alocat cauzelor

descrise ca fiind civice sau culturale. Asociația nu încearcă o delimitare mai exactă, dar dacă presupune că minimum două treimi din sumă se îndreaptă spre activități non-culturale, încă mai rămân aproximativ 100.000.000$ pe an afectați exclusiv cauzelor culturale. Estimația Departamentului Tezaurului indică, prin urmare, că aportul federal se cifrează la 50.000$. Nu e deloc o sumă mare. Fără a o subestima, însă, merită să reținem că e de peste opt ori mai mare decât cantitatea de fonduri publice distribuite de mult-trâmbițatul Consiliu al Artelor din Marea Britanie, pentru o populație numeroasă aproximativ cât un sfert dintr-a noastră. De fapt, poate fi un adevărat șoc pentru unii americani care susțin un program de subvenții federale directe către arte să descopere că această contribuție pe ușa din spate este, probabil, mai mare decât totalul cu care contribuie pentru arte, din bugetele lor naționale, Anglia, Austria, Germania de Vest și Italia la un loc.

Iar contribuția americană mai mare nu se rezumă numai la a reflecta o populație mai numeroasă. Este mai mare și la calculul pe cap de locuitor. Desigur, cifrele sunt aproximative, dar un raport din 1961 despre subvențiile guvernamentale pentru arte în Europa, întocmit de Henry Lee Minson, arată că, în străinătate, contribuțiile celor patru țări de mai sus ajung la 21-22 cenți pe cap de locuitor. Contribuția S.U.A. – indirectă cum este – depășește 25 de cenți pe cap de locuitor. Cifrele nu urmăresc să-i facă pe americani să se umfle în pene. Ne putem permite cu ușurință mult mai mult și nici nu prea contează dacă dăm mai mult sau mai puțin decât altă țară. Dar pur și simplu nu e adevărat că guvernul federal nu contribuie cu nimic în domeniul artelor. Contribuția sa este în principal indirectă; este greu de calculat; e în majoritate invizibilă. Însă artele nu s-ar putea descurca fără ea.

Un al doilea mit care încețoșează controversa cu privire la ajutorul federal constă în ideea că arta e o minune atât de misterioasă și fragilă încât nici un guvern nu ar avea vreodată posibilitatea de a o înțelege și ajuta. În mod normal, acest mit e proprietatea tânărului sufletist în cămașă Madras sângerie, care stă tolănit în fotoliu mâncând tartine cu avocado. Desigur, el nu se opune numai ajutorului federal pentru arte, ci și organizațiilor, fundațiilor, cercetărilor spațiale și numerelor de telefon cu multe cifre. Punctul său de vedere a fost exprimat în urmă cu peste un secol, când Courbet a luat în râs Crucea Legiunii de Onoare, cu comentariul: „Statul nu este competent în chestiuni artistice." Ideea este reluată astăzi de Larry Rivers, pictorul, care spune: „Guvernul care-și asumă un rol în artă e ca o gorilă încercând să bage ața în ac. La început e drăgălaș, apoi stângaci și, mai presus de orice, imposibil."

Desigur, nu este deloc imposibil. Statul poate fi incompetent în producerea de artă, dar nu înseamnă că este incompetent și în crearea de aranjamente sociale care să favorizeze arta. Nici arta nu este atât de romantic detașată de

societate cum presupun remarcile lui Courbet și Rivers, și nici guvernul nu e chiar așa de împiedicat și sinistru. Oamenii inteligenți și cu imaginație pot concepe strategii guvernamentale inteligente și imaginative pentru a ajuta la cultivarea artelor. Faptul că aproape toate țările civilizate din lume subvenționează arta – și că artiștii nu se revoltă nicăieri împotriva sistemului de subvenționare din partea statului ca atare – ar înlătura acest mit o dată pentru totdeauna, dacă miturile, la fel ca șervețelele Kleenex, ar avea o folosință limitată.

Mitul numărul trei afirmă că e atât ineficient cât și înjositor pentru arte să fie nevoite să întreprindă campanii de colectare spre a aduna bani. Această concepție e prezentată de matematicianul tuns perie care se încarcă eficient cu scotch sec în timp ce petrecerea se învârtește în jurul lui. El insistă să le fie prezentat tuturor ca „doctor" și, pigulind absent o scamă de pe mâneca omului de lângă el, explică doct că un singur cec de subscripție lunar de la Washington ar elimina toată harababura anuală de comitete și comiții, voluntari și colectori de fonduri. Nu-i trece prin minte că, așa cum vă poate spune orice manager de orchestră sau colector de fonduri pentru un muzeu, procesul solicitării banilor de la marele public, cu toată ineficiența sa scârțâitoare, are anumite avantaje aparte. Stârnește largul interes al comunității față de instituția artistică și serviciile ei. Formează în comunitate un cadru de oameni profund preocupați de soarta acesteia, care participă la guvernarea ei și se mândresc cu calitatea rezultatelor.

În mod similar, când omul nostru bombăne că e de-a dreptul dizgrațios ca o companie de teatru sau balet să-și pună zdrențe și o bandă pe ochi ca un cerșetor și să zăngăne din cana de tablă după bani, n-ar strica să-l întrebăm dacă la fel de *infra dig* e și ca Princeton sau Harvard să ceară donații de la foștii absolvenți. Actuala metodă de finanțare în sectorul non-profit al industriei culturii este ciudată, fără îndoială, dar la fel ca ineficientul sistem numit democrație reprezentativă are virtuți care merită păstrate.

Exact aici își găsește locul mitul numărul patru, căci acesta susține că subsidiile federale pentru arte vor secătui toate sursele de patronaj privat. Această absolută falsitate este azvârlită în conversația de la cocktail; printre înghițituri de brânză de vaci, de către căpităneasa circumscripției electorale republicane, o doamnă robustă cu început de fălci, ea însăși membră a comitetului de femei pentru orchestra locală. Pe un ton autoritar, doamna căpitan citează depoziția prestată în fața unei subcomisii senatoriale de către Douglas Richards, manager al Orchestrei Simfonice din Phoenix, Arizona, în sensul că „sprijinul voluntar ar putea înceta complet în cele din urmă, iar atunci artele frumoase s-ar pomeni în indezirabila situație de a trebui să depindă exclusiv de dolarii impozitelor federale pentru a înlocui veniturile pierdute din sprijinul voluntar".

O asemnea profeție pornește de la niște premise false. Subvențiile federale nu au avut efectul de a reduce patronajul privat în nici un alt domeniu și e improbabil să-l aibă în artă, dacă aceste subvenții federale s-ar materializa vreodată. În 1947, guvernul S.U.A. a oferit prima subscripție pentru construirea de spitale, conform Legii Hill-Burton. De atunci, a aprobat subvenții pentru mai mult de 6.000 de proiecte de construcție a spitalelor. Acestea au totalizat 1.400.000.000$ și au fost însoțite de 3.600.000.000$ în cheltuieli non-federale pentru aceleași proiecte. Situația se poate interpreta ca însemnând că fiecare dolar de subscripție federală a încurajat contribuții non-federale de circa 2,57 dolari. Cât a costat absența unei asemenea încurajări în sfera artistică e imposibil de determinat.

Nici o organizație din America nu riscă să piardă mai mult de pe urma unui declin al filantropiei private decât Asociația Americană a Consiliilor pentru Colectare de Fonduri, ai cărei membri desfășoară principalele campanii de colectare pentru spitale, universități și alte instituții non-profit. Dacă ar exista vreo dovadă în sprijinul ideii că donațiile private scad atunci când intră în teren guvernul federal, Asociația Americană a Consiliilor pentru Colectare de Fonduri ar fi prima care să obiecteze. În mod semnificativ, colectorii de fonduri profesioniști au ajuns tocmai la concluzia opusă. În conformitate cu Eldredge Hiller, director executiv al acestei asociații, „experiența noastră de până acum cu subsidiile federale e excelentă. Când Unchiul Sam bagă bani într-un domeniu, nu îi alungă neapărat pe ceilalți donatori. Foarte des, el desțelenește bani particulari care altminteri ar fi fost inaccesibili. Îi oferă donatorului privat un stimulent de a contribui. Hill-Burton a fost o demonstrație minunată a acestui fapt."

De-acum, din fericire, cocktailul s-a terminat iar gazda, cu un zâmbet obosit, îi conduce binișor pe toți spre ieșire. Barul a fost devastat; aperitivele rămase arată de parcă locul lor ar fi la morgă; arsura de țigară de pe gheridon nu va fi în veci reparată. Și totuși, conversația n-a reușit nici pe departe să lămurească principalele probleme din controversa despre ajutorul federal. Până acum, n-a făcut decât să-i tatoneze zonele periferice.

Cel mai sobru și sensibil atac asupra conceptului de ajutor federal pentru arte a fost declanșat de Russell Lynes, care se declară prieten atât al artei, cât și al guvernului. În timp ce alții se opun subvențiilor federale către arte cu aceleași argumente cu care se împotrivesc oricărei extinderi a acțiunilor guvernamentale, Lynes adoptă o altă tactică. „Nu mă îngrijorează strecurarea socialismului în arte", afirmă el, „ci strecurarea mediocrității. Cu cât au artele mai puțin de-a face cu procesele politice, cred, cu atât vor fi mai sănătoase." În cel mai bun caz, susține Lynes, un program de finanțare federală va crea o

birocrație a artelor în guvern care va lua decizii prin voturi de comitet și va contribui la un spirit de compromis și conservatorism în artă. În cel mai rău caz, un asemenea program ar putea duce la tentative de control politic al culturii. „Artele sunt o victimă sigură pentru orice politician care simte nevoie să câștige capital politic“, observă el. Acesta e vârful de lance intelectual al argumentației împotriva oricărui program de ajutor federal direct către arte.

Susținătorii ajutorului federal direct insistă că asemenea temeri sunt exagerate. Senatorul Ralph W. Yarborough, de exemplu, a declarat că „ajutorul federal nu va duce la înregimentare. N-am auzit niciodată de un efort care să intervină în conținutul tablourilor pictate pe vremea W.P.A.“ Totuși, pericolul nu poate fi înlăturat atât de ușor. La drept vorbind, senatorul se înșală. Nici măcar nu e nevoie să ne întoarcem până în anii 1930. Nu mai demult de 1959, președintele unei comisii a Camerei a condamnat cu înverșunare multe picturi selecționate de S.U.A. pentru a fi expuse la Târgul din Moscova. El a acuzat că jumătate dintre cei 67 de pictori reprezentați aveau sau avuseseră la un moment dat legături cu mișcarea comunistă.

Au existat destule controverse despre caracterul picturii produse sub scurtul proiect artistic federal de pe vremea W.P.A., dar acestea nu au însemnat nimic în comparație cu agitația parlamentară privitoare la subvențiile către teatrul federal. Presiunile politice au silit piesa *Judgment Day*[4], de Elmer Rice, să se retragă pentru un timp de pe scene. Un Senator din Carolina de Nord a reproșat că piesele produse de un teatru finanțat federal erau „scuipate din canalele Kremlinului“. Cu un alt prilej, o piesă a fost interzisă fiindcă avea o atitudine critică față de Italia fascistă, într-o vreme când noi încă nu intraserăm în război.

A mai existat și cazul Congressmanului J. Parnell Thomas, care a criticat o piesă pentru că încercase, chipurile, „să afirme că toți oamenii politici sunt corupți“. Ulterior, dl. Thomas însuși a făcut opt luni și jumătate de închisoare, pentru că-și rotunjise statul de plată de la guvern și luase mită, dar asta nu l-a ajutat cu nimic pe dramaturgul a cărui operă o atacase.

Gardienii parlamentari ai virtuții publice s-au alarmat și în problema sexului. Everett Dirksen, liderul actualei minorități din Senat, a denumit produsele teatrului federal „spanacuri libidinoase“. Comisia Națională G.O.P., citând titluri ca *Bill of Divorcement*[5], a întrebat: „S-ar putea găsi niște titluri mai sugestive sau obscene pentru piesele de teatru ca să se facă paradă cu ele prin fața publicului american? Trebuie contribuabilii acestei țări să-și plătească taxele pentru a finanța asemenea activități vulgare și infame?“

4. „Judecata de apoi“. (n.tr.)
5. „Acțiunea de divorț“. (n.tr.)

Ce anume, exact, e vulgar sau infam rămâne, desigur, de discutat. Recent, Congresul și-a dovedit din nou completa incapacitate de a se abține să comenteze pe teme artistice, când e vorba de fonduri federale. În Germania de Vest a fost montat un spectacol de dans modern intitulat *Phaedra*, de către Compania Martha Graham, sub sponsorizarea programului de schimburi culturale al Departamentului de Stat. La care, doi membri ai Camerei, Peter H.B. Frelinghuysen și Edna Kelly, amândoi suficient de inteligenți și sofisticați ca să ne putem aștepta la mai mult din partea lor, au denunțat public lucrarea ca fiind „erotică". S-au făcut referiri furioase la dansatorii bărbați care țopăiau având doar niște legături pe șolduri. Replica domnișoarei Graham a fost scurtă și la obiect: „Am senzația că m-au pipăit niște labe nespălate."

Presiunile sub care lucrează un congressman îi pot încețoșa uneori judecata. Putem fi siguri că Senatorul Jacob Javits, care este principalul sponsor senatorial al legislației artelor, nu dorește să controleze sau să dicteze standardele artistice din Statele Unite prin intermediul programului de subvenționare pe care-l susține, mau mult decât ar dori să se urce pe scenă și să danseze în *Phaedra*. Este un liberal solid și un susținător al libertăților civile. Și totuși, a ajuns și el să se neliniștească în urmă cu ani de zile, când Prietenii Americani ai Literelor, o grupare aleasă de Biblioteca Congresului, i-au conferit un important premiu literar lui Ezra Pound, care, după cum își amintește cititorul, a fost de-a dreptul fascist și antisemit în timpul celui de-Al Doilea Război Mondial. Javits, pe atunci deputat, a fost primul care o propus o anchetă parlamentară asupra premiului. Este citat cu cuvintele: „Nu ne interesează atât Pound ca persoană, cât mentalitatea și caracterul celor care i-au putut da un asemenea premiu, în asemenea circumstanțe." Probabil că Senatorul Javits ar fi fost primul care să fie de acord, la o judecată mai limpede, că „mentalitatea și caracterul" oamenilor nu sunt un subiect potrivit pentru anchetele parlamentare, mai ales în domeniul artistic.

Dezgroparea acestui vechi citat, care e posibil să fi fost denaturat de către presă, nu urmărește să-l pună într-o situație penibilă pe unul dintre cei mai buni legiuitori ai noștri, ci doar să le dea de gândit celor care se grăbesc să expedieze argumentul domnului Lynes că un program de subvenții federale pentru arte ar putea aduce cu sine presiuni politice nesănătoase.

Pe adversarii sponsorizării federale nu-i liniștește nici experiența fericită cu folosirea fondurilor publice pentru sprijinirea culturii la nivel de oraș, comitat sau stat. Ei atrag atenția că există mii de asemenea jurisdicții, dar numai un singur guvern federal. Îl consideră întru totul mult prea mare și puternic pentru a fi „doar un" partener într-un sistem de patronaj pluralist. Mai mult, deși guvernul poate lăsa autoritatea decizională în seama experților din știință și alte domenii, experiențele relatate mai sus nu inspiră nici o încredere că ar

proceda la fel și în artă, unde tot omul tinde să fie mare specialist, inclusiv congressmenii.

Partizanii sofisticați ai ajutorului federal sunt, desigur, familiarizați cu majoritatea acestor argumente. Ei răspund că întreaga experiență a artelor sub subsidii guvernamentale din Europa de Vest dovedește că ajutorul financiar de la stat nu antrenează obligatoriu presiuni politice nepotrivite. Citează studii asupra teatrelor și operelor de pe continent finanțate de stat și asupra Consiliului Artelor din Marea Britanie, agenția guvernamentală răspunzătoare de patronajul din Anglia, ca dovezi că presiunile politice nu reprezintă o problemă majoră.

Dincolo de toate acestea, ei argumentează că deși guvernul federal pompează bani în spitale și colegii, nu există nici un semn serios că s-ar face eforturi de a li se dicta de la Washington. Un studiu atent publicat de Brookings Institution sub titlul „Efecte ale programelor federale pentru învățământul superior" indică alte probleme generate de subvențiile federale. Studiul raportează „tendința programelor guvernamentale de a emite cereri administrative sporite". Ridică problema pericolului serios „ca redirijarea spontană și benevolă a eforturilor universitare spre zone de interes național să ducă, în esență, la naționalizarea celor mai mari universități ale noastre". Îndeamnă oficialitățile academice să fie mereu vigilente împotriva amenințărilor de presiuni politice, spunând: „Nu suntem înclinați să eliminăm pericolul controlului federal ca pe un mit. (...)" Și totuși, în încheiere, trage concluzia că: „În general se concede că pericolul suprem, dictatul politic asupra a ceea ce trebuie învățat și cine să predea, a lipsit în proporție remarcabilă pe perioada marii expansiuni postbelice a programelor federale." Mai mult, constată că: „Sentimentul dominant al comunității universitare de astăzi favorizează fără discuție o extindere a ajutorului federal pentru învățământ."

Preopinenții ajutorului federal către arte argumentează că includerea federală în parteneriatul de patronare va putea avea practic efectul de a elibera artistul sau directorul de actualele presiuni negative. „Nu încape nici o îndoială că patronii singulari sau grupurile au avut o influență foarte puternică asupra politicilor artistice ale instituțiilor", a mărturisit John MacFayden, fost director al Consiliului Artistic al Statului New York. „Nu cred că trebuie să întrebați mulți dirijori de ce prezintă repertoriile pe care le prezintă. Toți ar răspunde aproape unanim: «Fiindcă așa vor principalii noștri contribuabili.»" Ideea e că donațiile financiare federale ar putea servi drept tampon între artist și actualul aliniament de patroni.

În sfârșit, mai sunt aceia care insistă că, fie și dacă ar exista un pericol de ingerință politică din partea guvernului federal, riscul merită să fie asumat. Artiștii și instituțiile artistice sunt întotdeauna supuse presiunilor și trebuie să

fie tot timpul vigilente și gata să lupte pentru integritatea lor. Cu cuvintele atribuite profesorului Henry Steele Conmager, „Firește că intervenția guvernului [în arte] e periculoasă; guvernul e periculos; viața însăși e periculoasă."

După ce au răspuns, spre propria lor satisfacție, la obiecțiile ridicate de dl. Lynes, respectivii intră în ofensivă. Guvernul federal, reproșează ei, n-a reușit să ofere o recunoaștere conștientă a artelor. Pompează bani în științe și îi îngroapă sub onoruri pe matematicieni și astronauți, dar refuză să se gândească serios, măcar, la locul artei în viața americană. A sosit vremea, a spus John Kenneth Galbraith discutând afirmațiile lui Russell Lynes, ca guvernul să recunoască oficial că „artistul este un cetățean de clasa întâi (...) iar arta e (...) una dintre resursele esențiale și respectabile ale societății."

Nu numai că guvernul federal nu recunoaște artele în lumina aceasta, ci chiar le handicapează, căci inexistența subvențiilor federale pentru instituțiile artistice le plasează într-un dezavantaj categoric pe piața filantropiei private, în vreme ce alte tipuri de instituții nonprofit primesc subsidii federale. De exemplu, John MacFayden a declarat că, în multe comunități, colectorilor de fonduri pentru arte „li se spune (...) să se mai astâmpere o vreme, fiindcă există posibilitatea de a se construi un spital prin egalarea unei subvenții federale și, prin urmare, nu se mai poate da prea mult orchestrei simfonice, teatrului sau operei." Problema e reiterată de Arlan R. Coolidge, președintele Consiliului Artelor Frumoase din Rhode Island, când spune: „Subvenționăm (...) atât de multe lucruri care înainte-vreme erau locale și private, încât li se atribuie o povară nedreaptă acelor activități care trebuie să reușească sau să eșueze pe baza binefacerilor private". Pe scurt, dacă vrem să finanțăm spitalele, colegiile sau alte întreprinderi oferindu-le donatorilor particulari stimulentul de a egala fondurile federale pentru fiecare dolar cu care contribuie, ar fi nedrept să nu oferim același stimulent donatorilor culturali.

S-ar putea adăuga că mai există încă o nedreptate. În fond, politica noastră declarată este aceea de a grăbi răspândirea noilor tehnologii prin toată economia. Guvernul federal finanțează activ cercetarea, dintre care o mare parte se traduce în tehnici de producție noi și mai eficiente. Le oferă oamenilor de afaceri credite fiscale și deprecierea accelerată a investițiilor de capital. Dar fiecare pas spre automatizare și productivitate crescută în marea economie împinge artele cu un pas mai înapoi, în termenii economiilor lor manufacturiere aparte. Căci, după cum ne spune Legea Ineficienței Artei, cu cât scade mai mult costul de producție în alte domenii, cu atât mai mult crește costul relativ al producției artistice. Cu cât înaintăm mai departe în epoca eficienței tehnologice, cu atât se lărgește mai mult disparitatea. În măsura în care guvernul federal încurajează acest proces, se poate spune că are obligația morală de a compensa pentru efectele colaterale asupra artei.

Dar principalul argument ridicat de susținătorii ajutorului federal direct pentru arte se bazează pe revendicarea necesităților economice. Cauza a fost dezbătută – și răsdezbătută – frecvent. Faptul că deficitele sar peste bord în sectorul non-profit al industriei culturale – nu numai în câteva instituții, nu numai în una sau două dintre disciplinele artistice, ci aproape pe plan universal – este oferit ca dovadă că actualul sistem de patronaj multiplu nu mai poate ține pasul cu nevoile globale. John D. Rockefeller al III-lea, un precaut exponent al ajutorului federal, a argumentat că numai cu patronajul federal „vom putea închide prăpastia finală dintre resursele noastre actuale, cuprinzând venitul real și filantropia privată, și costurile de funcționare a instituțiilor."

Alții sunt mai puțin calmi și prudenți. Herman Kenin, președintele Federației Americane a Muzicienilor, a declarat categoric că „muzica serioasă nu mai poate supraviețui multă vreme în Statele Unite fără asistență din partea guvernului". Soprana Risë Stevens a mers chiar până la a prezenta un program calendaristic. Fără subvenții federale, a afirmat ea, „opera ar putea muri ca formă de artă în această țară peste zece ani, în timp ce baletul și muzica simfonică se pot ofili într-un interval mult mai scurt." Senatorul Javits a acuzat că subsidiile sunt necesare întrucât „concentrarea artelor vizuale și interpretative în cercuri tot mai restrânse din marile orașe unde se centrează o mare parte din avuția noastră națională duce la înfometare culturală".

Din păcate, aceste argumente sună cam ca un urleț al lupilor. Le-am auzit ani de zile, iar artele, slavă Domnului, par mereu să le supraviețuiască cioclilor lor. Astăzi ne aflăm mai departe de „înfometarea culturală" decât oricând în trecut; mai mult, în loc să se concentreze în „cercuri tot mai restrânse", artele din America trec printr-o descentralizare de-a dreptul revoluționară. În mod similar, pur și simplu nu există date care să confirme tenebroasele scadențe ale lui Miss Stevens.

Asemenea argumente contrazic dovezile practice, motiv din care sunt neconvingătoare. Totuși, nu putem elimina adevărul că un mare număr de artiști americani de prima categorie sunt slab recompensați și că multe instituții culturale de înaltă calitate au greutăți în a atrage patronajul necesar. Da, problema există. Cei care doresc s-o rezolve, însă, nu ajută cu nimic deformând sau dramatizând peste măsură adevărul. A întreba dacă guvernul federal „trebuie" să finanțeze instituțiile artistice non-profit pentru a le salva de la pieire înseamnă a formula întrebarea în sens negativ, a ascunde sub teatralisme problema centrală. Problema nu este dacă guvernul federal „trebuie" să dea subvenții sau să-și vadă instituțiile culturale non-profit pierind. Problema este dacă guvernul federal „e cazul" să pună la dispoziție asemenea subvenții pentru a ajuta o și mai mare dezvoltare și îmbunătățire a artelor.

Ceea ce îi face pe atât de mulți americani inteligenți să nu se poată hotărî în această privință este faptul incomod că nici argumentele pro și nici cele contra nu au monopolul adevărului sau al logicii. Aproape toată lumea, indiferent de tabăra pe care a ales-o în dezbatere, convine că ar fi frumos dacă Living Theatre, sau Opera Metropolitană, sau Orchestra Simfonică din Cleveland, sau Institutul de Artă din Chicago, ar avea mai mulți bani. Conflictul apare atunci când o tabără afirmă că modul de a realiza acest lucru constă în subvențiile federale directe, iar cealaltă insistă că asemenea subvenții ar genera apariția birocrației și a ingerințelor politice.

Prin urmare, controversa nu se referă atât la principii, cât la considerentele practice. Astfel, dacă se pot găsi mecanisme practice pentru a canaliza bani în economia artelor fără ca în același timp să se genereze birocrație sau ingerințe politice, atunci există o cale de rezolvare a controversei.

Asemenea mecanisme există într-adevăr. Sunt lucrurile pe care le poate face guvernul federal pentru a ajuta artele fără a le periclita câtuși de puțin libertatea. De exemplu, în timp ce se scriu aceste cuvinte, este aproape sigur că va fi autorizat de către Congres un consiliu național consultativ pe tema artelor, ca agenție a Casei Albe și sub conducerea Consultantului Special în problema Artelor al Președintelui. Acest for, fără îndoială, va consta din artiști, administratori artistici și reprezentanți ai diverselor organizații și sindicate. Va avea doar puterea de a efectua studii și a face recomandări de politică federală în chestiunile privitoare la arte. Nu va avea nici o putere să acorde donații sau să distribuie subvenții de orice fel.

Chiar și așa, consiliul poate, dacă își face inteligent treaba, să-și aducă o contribuție categorică pentru arte. Ar trebui, desigur, să studieze cu regularitate propunerile legislative din alte domenii, pentru a vedea cum și dacă acestea pot afecta artele. Ar trebui să-i aducă Președintelui la cunoștință opiniile despre aceste proiecte de legi. Ar trebui să examineze analitic programele federale existente, pentru a vedea cum pot fi adaptate sau administrate, potrivit legilor în vigoare, astfel încât să asigure artelor o asistență maximă.

Un asemenea consiliu ar trebui, de exemplu, să examineze atent propunerile de copyright pe unele materiale aflate acum în domeniul public – ca simfoniile lui Schubert sau piesele lui Shakespeare – pentru a aduna bani ce pot fi distribuiți compozitorilor, dramaturgilor sau altor artiști, printr-o diversitate de canale non-guvernamentale. Ar studia posibilitatea de lărgire a actualelor programe bursiere finanțate federal, spre a face posibilă acordarea de fonduri pentru instruirea avansată a artiștilor în cele câteva domenii – ca instrumentistica orchestrală de coarde – unde există lipsuri.

Mai imaginativ, consiliul ar putea explora posibilitatea de a ataca problemele economice ale artiștilor și instituțiilor de artă la nivelul costurilor de

distribuție – de exemplu, prețul transporturilor. Guvernul federal subvenționează în prezent liniile aeriene. Ar fi posibil să se adauge la subscripția existentă o sumă în schimbul căreia liniile aeriene ar accepta să ofere prețuri reduse pentru deplasarea artiștilor profesioniști, definiția acestui termen urmând a fi stabilită nu de către guvern, ci de liniile aeriene și organizațiile artistice importante ale țării? Orice reducere a tarifelor de transport ar da un mare impuls procesului de descentralizare; ar facilita diseminarea talentelor interpretative de cea mai înaltă calitate în comunități care actualmente se bazează în principal pe instituțiile de amatori pentru spectacolele de teatru, dans sau muzică în direct.

Indiferent dacă această propunere se poate pune sau nu în practică, consiliul trebuie să acorde o atenție deosebită principiului de subvenționare a altora în schimbul asigurării că aceștia vor transmite în zona artistică beneficiile respectivelor subvenții. Principiul oferă un mod excelent de a împiedica politicul să-și bage nasul în estetic, în același timp canalizând bani în economia artistică. Consiliul nu trebuie să se teamă de a-și folosi imaginația, de a cultiva ideile noi și proaspete din orice surse. Faptul că guvernul federal nu a făcut mai mult pentru arte nu poate fi pus numai pe seama lipsei de bunăvoință, ci și pe a unei lipse de imaginație.

Crearea unui consiliu consultativ la Casa Albă este, însă, cel mult un pas modest. Guvernul federal poate și trebuie să facă mult mai mult pentru arte, fără a le primejdui libertatea. Nu este nici locul și nici momentul să elaborăm un program complet de acțiune federală. Dar se poate lua startul. Iată deci, ca exemplu sugestiv, trei propuneri. Sunt scrise în ordinea crescătoare a importanței. Două dintre ele implică legi majore care ar putea degaja mari sume de bani patronali pentru arte. Una dintre propuneri este, cel puțin la prima vedere, relativ neortodoxă. Totuși, toate trei sunt îndeajuns de moderate și de sigure, pentru a obține sprijinul tuturor acelor oameni rezonabili care doresc să vadă artele extinzându-se și înflorind fără amestecul guvernului federal.

Unu: Inconsistența discuției publice asupra întregii probleme derivă din absența unor statistici cuprinzătoare și competente despre sectorul non-profit al industriei culturale. Guvernul federal trebuie să creeze neîntârziat un mic oficiu cu singura funcție de a complia exact genul de date despre economia artelor care ne lipsesc în prezent. Rafinând anumite recensăminte existente și statistici ale I.R.S., adăugând câteva întrebări în formularele actuale, s-ar putea recolta rapid o întreagă masă de informații. Aceste date ar fi neprețuite nu numai pentru administratorii artistici, care în prezent sunt nevoiți să-și bazeze deciziile practice pe intuiție, în locul informației, dar și pentru Congres însuși. Mai mult, misiunea are un agreabil caracter non-politic. Nu implică nici o amenințare de control asupra culturii, nici o violare a discreției. Iar cea mai

mare calitate a ei este aceea că e atât de ieftină încât, probabil, s-ar putea întreprinde imediat de către una din agențiile existente, fără alocații speciale din partea Congresului.

Doi: Recunoscând realitatea pericolului ingerinței politice sau birocratice în procesul de luare a deciziilor artistice, trebuie să se stabilească principiul conform căruia guvernul Statelor Unite nu va acorda instituțiilor artistice inddependente – în mod direct sau prin intermediul statelor – absolut *nici o subvenție pentru finanțarea cheltuielilor de operare sau a costurilor de producție artistică.*

Propunerile pentru o fundație națională a artelor care ar distribui fonduri spre a cultiva experimentele, inovațiile sau (cu cuvintele unui proiect de lege) „producția de (...) opere noi și opere existente (...) care au o semnificație artistică sau istorică substanțială" merg pe o cale greșită. Ele cer guvernului să ia hotărâri într-un domeniu în care a investit interese politice. De îndată ce se folosesc bani federali pentru a finanța o piesă, un program muzical, un balet sau orice altă reprezentație artistică, Congresul Statelor Unite nu are numai dreptul, ci chiar datoria să se asigure de modul cum se cheltuiesc acei bani. Această idee este o invitație deschisă pentru ca o comisie parlamentară, acum sau în viitor, să se asigure că operele produse sunt „convenabile" din punct de vedere politic sau moral pentru a fi sponsorizate din fondurile publice. Este o invitație deschisă la o vânătoare de vrăjitoare pe urmele artiștilor care în tinerețe au făcut greșeala să aparțină organizațiilor de stânga, care întâmplător sunt homosexuali, alcoolici sau „diferiți" în alte sensuri de marea masă a contribuabililor.

Acest lucru nu înseamnă, însă, ca toate programele de subvenționare să fie respinse orbește. Căci există o modalitate de sponsorizare a artelor nu numai utilă, ci și sigură. Și anume, calea cu cărămizile-și-mortarul: oferirea de bani, nu pentru cheltuieile de funcționare și producția artistică, ci pentru construcția de scene mai bune, de săli expoziționale, de teatre și săli de concerte. Un asemenea program, spunea judecătorul Arthur J. Goldberg de la Curtea Supremă, „prezintă un pericol minim de ingerință guvernamentală în artele propriu-zise."

Judecătorul Goldberg, ale cărui comentarii datează de pe vremea când, în calitatea de Ministru al Muncii, a ajutat la aplanarea unei dispute de la Opera Metropolitană, merg până la a-i permite guvernului să subvenționeze întreținerea dar și construirea de noi spații. Așa ceva ar fi neînțelept. Îngăduindu-i guvernului federal să întrețină spațiile artistice (sau să contribuie la întreținerea lor), acestea se pot plasa până la urmă aproape la fel de profund sub control federal ca în urma planului propus de dl. Tynan pentru a lăsa guvernul să le țină „în rentă". Dar nu apare absolut nici o problemă în a-i permite guvernului federal să contribuie la costurile de construcție.

Argumentul în favoarea subvenţiilor de construcţie e temeinic, din multe puncte de vedere. Pentru început, guvernul federal se ocupă deja de aşa ceva – şi fără a dăuna în nici un mod vizibil artelor. Am atras atenţia anterior în cuprinsul acestei cărţi asupra modului în care fondurile de reînnoire urbană au ajutat la construirea Centrului Lincoln şi a altor spaţii artistice. Banii federali curg în construcţiile artistice şi prin alte canale, mai puţin cunoscute. În Detroit, de exemplu, o aripă suplimentară a muzeului este finanţată prin programul accelerat de lucrări publice al Departamentului Comerţului. Asemenea subsidii, însă, sunt aproape accidentale.

Congresul ar trebui să emită o Lege a Construcţiilor de Spaţii Culturale care ar disponibiliza prin intermedierea Statelor, pe bază de egalitate, banii pentru construirea de teatre, săli de concerte, galerii de expoziţie noi şi mai bune.[6]

Din păcate, atât Senatorul Javits cât şi Roger L. Stevens, pe care Preşedintele Johnson l-a ales ca succesor al lui August Heckscher, favorizează exact atitudinea contrară. Ei susţin subvenţiile pentru cheltuieli de operare şi producţie se opun banilor de cărămizi-şi-mortar, pe baza ipotezei complet greşite că nu e nevoie de noi construcţii fizice. Domnul Stevens a declarat în Senat că, „excepţie făcând oraşele Washington şi New York (...) patrimoniul locativ din toată ţara nu stă deloc rău". Nu aceeaşi fusese concluzia domnului Heckscher, după multe luni de bătut drumurile prin ţară şi vizite la instituţiile artistice. În raportul său final către Preşedintele Kennedy, dl. Heckscher a scris: „Un obstacol major care stânjeneşte dezvoltarea artelor interpretative în toată ţara este lipsa de spaţii adecvate." O opinie care merită tot respectul.

Marele avânt al construcţiilor de noi spaţii artistice la care am asistat în ultimii ani este un răspuns dat generaţiilor întregi de neglijare. Dar încă nu a început nici pe departe să acopere necesităţile. Mai mult, în timp ce grupările artistice sunt ocupate să construiască şi să renoveze prin toată ţara, procesul le supune presiunilor economice. Dacă guvernul federal ar disponibiliza în acest scop subvenţii modeste pe bază de egalitate, instituţiile artistice ar avea mai mulţi bani de investit în îmbunătăţirea calitativă a serviciilor pe care le oferă. În acelaşi timp, un asemenea program ar învinge dezavantajul căruia îi fac faţă grupurile artistice în prezent, concurând pentru patronaj privat cu

6. Un asemenea program ar putea fi conceput cu multă imaginaţie astfel încât, dacă o instituţie artistică non-profit un muzeu, de exemplu - o doreşte, să poată primi ajutoare pentru construirea unor apartamente cu chirie sau a altor clădiri generatoare de profit, corelate cu construcţiile sale principale. O problemă esenţială a instituţiilor artistice din zilele noastre constă în lipsa lor de fonduri pentru înzestrare aducătoare de venituri. Nu au o rezervă de bani sau proprietăţi care să le producă beneficii. Un program atent gândit de subsidii gen cărămizi-şi-mortar le-ar putea ajuta şi în această privinţă. (n.a.)

instituțiile care chiar primesc subvenții. Un program de construcții ar avea tocmai efectul pe care l-a avut Hill-Burton în domeniul medicinei: ar dezlănțui un torent de patronaj non-federal.

Dincolo de toate acestea, subsidiile pentru construcții au toate șansele să înfrunte o rezistență politică mai mică decât oricare alt program de sponsorizare propus. Artelor le lipsește un lobby eficient la Washington. Dar, dacă doresc ajutorul guvernului, va trebui să-și constituie unul, și va trebui să învețe să practice jocul coaliției politice. O mișcare în favoarea subvențiilor în construcții ar putea atrage un sprijin larg, mai ales dinspre industria construcțiilor și sindicatele muncitorilor din construcții – două lobbies-uri prestigioase la Washington.

Pe scurt, pentru viitorul imediat, există o cale relativ simplă ca guvernul federal să ofere asistență economică artelor, într-un mod practic, necomplicat și – mai presus de orice – sigur.

Trei: În perspectivă, însă, guvernul federal poate face incomparabil mai mult – mai mult decât s-a visat vreodată – pentru arte, prin manipularea imaginativă a mașinăriei fiscale, decât pe oricare altă cale.

Este esențial să se înțeleagă acest lucru. Un program de construcții, un birou de cercetări statistice, crearea unui consiliu consultativ, toate acestea sunt importante. Dar ele nu sunt decât niște mărunțișuri în comparație cu ceea ce se poate și trebuie să se facă răsucind comutatoarele aparatului fiscal.

Nici un program de subvenții pe ușa din față, chiar dacă se limitează la cărămizi-și-mortar, chiar dacă e amortizat prin folosirea Statelor ca intermediari în distribuția fondurilor, nu poate ajunge vreodată atât de scutit de probleme și presiuni ca o finanțare prin ușa din dos, bazată pe stimulente fiscale pentru artiști și patroni. Metoda impozitelor permite ca milioane de indivizi și mii de organizații să ia hotărâri de patronaj, încurajând astfel maxima diversitate culturală și oferindu-i artistului maxima libertate. Implică o cantitate minimă de birocrație. Iar în termenii banilor gheață de la fundul butoiului, folosirea abilă a metodei fiscale poate fi făcută să aducă pentru arte mult mai mulți bani decât ar avea vreodată Congresul șanse să aloce sub forma subsidiilor directe.

A sosit timpul ca aceia pe care-i interesează problemele economice ale artelor să privească dintr-o perspectivă proaspătă și radicală numeroasele posibilități ale acțiunii fiscale. Organizațiile culturale, în măsura în care au manifestat cât de cât interes pentru impozite, și-au limitat atenția la aspecte concrete minore. Nu au abordat întregul sistem fiscal, având în vedere manevrarea lui în propriile lor interese. O asemenea propunere ar părea cinică și oportunistă. Orice altă atitudine e inocentă. Cu cuvintele exacte ale unuia dintre principalii experți fiscali ai țării, „impozitele (...) sunt un produs în

continuă schimbare al eforturilor cinstite de a-i face pe alții să le plătească. Au fost exploatate abil de milionarii petrolului, de mogulii de la Hollywood și de armatorii greci. Joacă deja un rol de mare pondere în finanțarea culturii. Acțiunea va costa mult guvernul federal, dar impozitele pot și trebuie să fie făcute să aducă mult mai mulți bani pentru artă decât în prezent.

Colaborând cu alte forțe de o mai mare putere politică, instituțiile și organizațiile artistice ar putea, într-o perioadă de câțiva ani, să extindă larg asistența economică pe care o primesc acum ca rezultat al reglementărilor fiscale. Ar putea să revendice și să câștige o largă susținere a cauzei lor, arătând clar că acele concesii fiscale pe care le cer vor înlocui subvențiile directe de operare acordate de guvernele altor țări. Ar putea câștiga sprijinul pentru o asemenea poziție din partea unor grupări care niciodată nu li s-ar alătura în lupta pentru subvențiile directe de orice fel. În lipsa acreditărilor unui contabil sau ale unui jurist fiscal, nu putem schița nici măcar vag toate posibilitățile unui program de impozite în folosul artelor. Este suficient, poate, să stimulăm imaginația acelora care dețin mai multe cunoștințe de specialitate. Cu acest scop clar în minte sunt conturate propunerile următoare.

Începem prin a căuta moduri de a stimula donațiile din partea firmelor și a fundațiilor. Corporațiile încă nu dau nici măcar sume apropiate de cele cinci procente ale beneficiului net pre-fiscal pe care li se permite să-l scadă din impozite. Filantropia lor în ansamblu, însă, poate fi mărită acut. De exemplu, actualele restricții opresc posibilitatea de scădere a sumelor din anii când compania lucrează deficitar. Unii donatori corporatiști ar dori să facă un cadou unei orchestre, unui muzeu sau altei cauze, chiar și într-un an când veniturile lor se află, cu titlu temporar sau nesemnificativ, în pierdere. Aceste restricții ar trebui să fie anulate. Pe scurt, trebuie ca oricărei companii să i se ușureze posibilitățile de a contribui financiar.

Mai important, stimulentele de a dona trebuie să fie întărite. Un mod de a face acest lucru constă în a le permite donatorilor corporatiști să scadă primele 25 de procente ale donației din nota de plată a impozitelor – nu ca scutire, ci sub formă de credit fiscal. Diferența e ilustrată de ceea ce se întâmplă când fictiva Acme Corporation face un cadou de 1.000$ pentru Center City Ballet. Conform actualelor legi, dacă firma se află în paranteza de 50 la sută, așa cum se întâmplă cu majoritatea marilor companii, darul de 1.000$ o costă 500$. Cu alte cuvinte, compania dă 500$, iar guvernul contribuie cu aceeași sumă. Potrivit aranjamentului creditelor fiscale, primii 250$ din contribuția companiei vor fi scăzuți din factura ei fiscală. Cei 750$ rămași se vor scădea în sistem normal. Acest lucru ar schimba proporțiile astfel încât o contribuție de 1.000$ să coste compania 375$ și guvernul 625$. Pe baza unui asemenea stimulent, corporația e încurajată să dea mai mult. E clar că procentajele

implicate și metoda exactă folosită pot varia amplu. Esența, însă, este aceea de a ajuta la creșterea contribuțiilor corporatiste oferind un premiu mai mare pentru fiecare dolar donat.

În cazul fundațiilor, guvernul poate efectiv să stimuleze donațiile fără ca pe el să-l coste nimic. În fiecare an, unele fundații primesc mai multe cadouri sau câștigă mai mult din investiția veniturilor decât plătesc sub formă de contribuții filantropice. Numai între 1960 și 1963, patrimoniile fundațiilor au sporit cu 3.000.000.000$. Fundația care dă bani pentru toate cauzele – și, inevitabil, pentru cele culturale – poate fi stimulată cu ajutorul unei prevederi fiscale în sensul ca fundațiile să scoată din pungă cel puțin un anumit procentaj din încasările fiecărui an. Acest lucru ar putea încetini ritmul acumulării patrimoniale, însă ar pompa mai mulți bani în economia artelor, într-o perioadă când e mare nevoie de ei.

Legislația fiscală poate aduce o contribuție și mai fundamentală pentru arte – în domeniul patronajului individual. Una dintre tendințele pe termen lung ale patronajului a constat în proliferarea patronilor colectivi. Cândva, toate activitățile patronale emanau de la persoane individuale. Astăzi, după cum s-a arătat clar în capitolul anterior, fondurile de patronaj provin de la corporații, fundații, organizații locale și puterea municipală, de comitat și de stat. Artistul sau instituția artistică în căutare de bani trebuie, în toate situațiile cu excepția uneia singure, să se confrunte cu un comitet. Indiferent că „țintește“ comisia de contribuții a unei corporații, comitetul director al unei fundații, biroul de buget al unei primării sau un legislativ de stat, apelul trebuie să fie înțeles și pus în aplicare de către un comitet – un colectiv de oameni.

Există, însă, unele programe artistice, unele experimente, unele întreprinderi aparent excentrice, care pur și simplu nu se pot vinde unui comitet. Acestea au nevoie de ajutorul înțelegător al patronului individual, cu aplecarea sa spre toane, capricii și acte de cutezanță. Din acest motiv, cea mai importantă contribuție pe care o poate aduce pentru arte guvernul federal este aceea de a le oferi stimulente sporite patronilor individuali. Încurajarea individului de a da ajutoare asigură sprijinul pentru ideile neconvenționale, noi, gen merită-încercat-deși-probabil-va-eșua. Ar fi o naivitate să ne așteptăm ca subvențiile federale să finanțeze inovațiile sau întreprinderile artistice „deplasate“. Același lucru e valabil și pentru sponsorizările la nivel de oraș, de comitat sau de stat. Tratând direct cu banii contribuabililor, oamenii politici nu au nici dreptul, nici înțelepciunea de a dori să-i riște prostește. Corporațiile vor măsura o propunere în funcție de interesele lor proprii; nu le putem pretinde să-și primejduiască prestigiul sau imaginea jucând rolul de patron cu șanse mici de victorie. Chiar și fundațiile, în ciuda curajului cu care fac paradă de a oferi „bani de sământă“, se tem prea mult de eșecuri. Mai mult, prezentarea

făcută unei fundații este adeseori complicată și costisitoare pentru o instituție artistică mică, mai ales când există marea probabilitate ca, după îndelungate dezbateri ale unui comitet fără chip, cererea să fie refuzată. Pe scurt, dacă dorim să încurajăm spiritul de experimentare și asumare a riscurilor, atitudinea jucăușă esențială pentru arte, trebuie să mărim baza patronajului individual, alături de a celui obiectiv.

Cel mai bun și mai sigur mod de a face acest lucru constă în a porni de la reducerile fiscale pe care guvernul le acordă deja persoanelor individuale pentru contribuții caritabile. Indivizilor li se permite acum să-și revendice o scădere pentru contribuțiile de până la 30 la sută din venitul brut ajustat. E clar că numai o persoană rezonabil de bogată își poate permite să contribuie cu 30 la sută din câștig la cauze nobile. Ridicarea acestei limite ar putea să aibă unele mici efecte asupra donatorilor bogați. O metodă mult mai potrivită ar fi aceea de a menține actuala limită și, la fel ca în cazul corporațiilor, a adăuga 25 la sută credit fiscal pentru contribuții.

În prezent, donatorului care contribuie cu 100$ la fondul pentru clădirea muzeului local i se permite să scadă aceeași sumă din câștigul său brut ajustat. Dacă se înscrie în paranteza de 30 la sută, îl costă efectiv 70 $; guvernul compensează restul de 30$. Conform aranjamentului de credite fiscale, donatorul individual ar putea scădea 25$ nu din venitul brut ajustat, ci din factura sa fiscală propriu-zisă. Atunci, ar putea să scadă restul de 75$ în modul firesc. Rezultatul ar fi o economie de 47,50$, în loc de 30$, iar partea de contribuție a guvernului crește, mărind astfel stimulentul dolar-per-dolar de a dona. La fel ca în cazul creditului fiscal corporatist, procentajul – chiar și metoda – e mai puțin important decât rezultatul: o motivație pentru donatorul individual spre a se despărți de o sumă mai mare de bani. O asemenea abordare ar putea lansa un val de bani noi în arte, fără a pune guvernul în situația de a emite judecăți estetice.

În ultimul rând, abordarea fiscală ar putea fi folosită și pentru a lansa un atac direct asupra problemei cronice a câștigurilor artiștilor. Majoritatea artiștilor își primesc grosul veniturilor din două surse: plățile făcute de instituțiile non-profit care-i angajează, și drepturile de autor pe opere creatoare ca romanele, piesele de teatru sau compozițiile muzicale. Încă o dată, s-ar putea folosi un credit fiscal sau un expedient asemănător. Permisiunea artiștilor de a extrage 25 la sută din toate câștigurile pe drepturi de autor din factura fiscală ar fi imens de utilă tânărului scriitor al cărui prim roman i-a adus fabuloasa sumă de 1.800$ sau compozitorului ale cărui finanțe de mizerie au fost disecate anterior în cuprinsul acestui volum. Aprobându-i artistului un credit de 25 la sută din dividendele pentru opere de creație, guvernul ar stimula în mod direct producția creatoare. Sumele implicate nu ar fi mari, dar ajutorul ar

avea un rol semnificativ; și nici o agenție guvernamentală n-ar trebui să decidă care artiști merită sau nu să primească subvenții directe.

Întrucât pictorii și sculptorii nu primesc în mod normal sume mari pe drepturile de autor, ci câștigă vânzându-și lucrările ca atare, același principiu se poate aplica în mod simplu pe veniturile câștigate din comerțul cu opere de artă. Iar pentru acei instrumentiști, cântăreți, dansatori sau actori care sunt plătiți cu salarii sau onorarii, principiul s-ar putea extinde prin a le permite o scutire specială (nu un credit) de 25 la sută din orice sumă câștigată de la o instituție non-profit. Vioara a doua care anul trecut a încasat 4.000$ într-o orchestră din Midwest n-ar avea, conform acestui sistem, decât să raporteze și să plătească impozit pe 3.000$. Suma economisită s-ar cifra la o sută de dolari, în funcție de categoria sa fiscală de ansamblu. Banii i-ar rămâne în buzunar la fel de sigur ca și cum ar fi beneficiat de o mărire a salariului sau ca și cum guvernul i-ar oferi dintr-o dată un mic stipendiu anual.

Este evident că toate aceste planuri sunt extrem de complexe. Au ramificații care încă nici nu ne-au trecut prin minte. Scopul meu, însă, nu a fost acela de a prezenta un pachet de propuneri complet și finisat, un panaceu pentru arte. Mai degrabă, am dorit să atrag atenția asupra genurilor de manevre ingenioase la care se poate preta legislația fiscală. Poate că una sau alta dintre propuneri a fost nepractică. Nu contează. Principiul rămâne. Politica fiscală imaginativă este cea mai bună și mai simplă cale de a ajuta economic artele, fără a încurca guvernul federal în chestiuni estetice unde nu are ce căuta. Sloganul trupei Living Theatre în lupta sa disperată a fost „Artă înaintea impozitelor“. Propunerea noastră e mai constructivă și practică: „Artă prin impozite“.

În aceste pagini se reflectă schimbări vaste în ecologia artei. Am văzut cum, în condiții de belșug economic, arta înaintează spre o poziție mai centrală în societate. Am îndreptat microscopul spre consumatorul de cultură, o specie nouă a zilelor noastre, poate înaintașul unui american de tip nou. I-am examinat caracterul, interesele și motivațiile – mai complexe și mai creditabile decât înțeleg criticii lui. De asemenea, am privit ascensiunea universității ca producător și distribuitor artistic și apariția noilor forme de organizare, într-o mișcare orientată spre raționalizarea artelor. Finalmente, în capitolul care tocmai se încheie, am examinat relația milenară dintre artist și patron. Am observat apariția unui sistem de patronaj pluralist, exclusiv american. Am propus modalități prin care guvernul federal să se integreze în acest sistem fără a atrage artele într-un hățiș de presiuni politice.

Schimbările pe care le-am descris nu sunt nici superficiale, nici trecătoare. Locul artei în viața americană a suferit o mare mutație. În același timp, nenumărate modificări mărunte transformă arhitectura industriei culturale.

Aceste schimbări apar într-un moment când computerul intră în fluxul istoriei omenești, într-un moment când inteligența potențială a mașinii, ba chiar potențiala creativitate a mașinii, creează necesitatea de a reexamina sensul artei în viața umană.

Ce va însemna reducerea activității fizice pentru psihicul uman, atât de profund influențat de evanghelia muncii? Cum își structurează personalitatea un om dintr-o lume plină de timp liber? În jurul cărui sistem de valori? Declinul muncii creează un vid în care celelalte valori, cândva apanajul unei elite speciale, încolțesc și prosperă. Discriminarea estetică, de exemplu, devine mai importantă. Arta dobândește o nouă relevanță.

Mase întregi de americani au devenit pentru prima oară consumatori de cultură. Acest lucru nu implică o atitudine pasivă față de artă. Pentru unii există rolul de amatori. Pentru alții, calitatea unei reacții alerte care este oricum, numai pasivă nu. Impactul potențial asupra vieții lor e mai profund și mai subtil decât ar putea să pară la suprafață. Care, însă, e impactul lor asupra artei? Oare formarea unei baze de masă condamnă arta la mediocritate? Ce relație există între cantitate și calitate în sfera culturii? Ce s-a întâmplat cu standardele după care judecăm excelența? Poate supraviețui excelența culturală într-o societate democratică și îmbelșugată? Spre asemenea întrebări incomode trebuie să ne îndreptăm în capitolul final.

PARTEA A PATRA

Epilog

„Acum, când masele fac baie în fiecare săptămână, prin ce mai poate fi recunoscut un gentleman?“

Revista „Vogue“, 1892

14

Calitate pentru ce?

Consumatorul de cultură e acuzat de o crimă infamă: subversiunea gustului în America. Este învinuit de a fi un agent secret al mediocrității. Ni se spune că a intrat pe porțile noastre, învingând gărzile postate de elită, și a provocat distrugerea standardelor de excelență.

Pentru a se susține cu probe pledoaria împotriva lui, mai întâi trebuie dovedit că s-a comis o crimă. Prin urmare, acuzarea trebuie să demonstreze că gusturile americane se degradează într-adevăr. Martorul Numărul Unu este vechiul nostru prieten, dl. Harold C. Schonberg de la *The New York Times*, care demascând explozia culturală ca „falsă" și salutând noua „renaștere" declară sec că: „Gusturile publicului american au devenit mai grosolane."

Înainte ca această depoziție să poată fi comparată cu alte declarații ale aceluiași martor, acuzarea îl retrage de la bară, amintindu-ne că la concluzii similare au ajuns Randall Jarrell, Marya Mannes și critici ai mass media ca Hannah Arendt și Ernest van den Haag. Ni se readuce în minte acea răsunătoare frază auzită anterior în depoziția parlamentară: „Înfometare culturală!"

Și nu e numai atât. Un anumit domn Albert Bush-Brown, scriitor și președinte al Școlii de Design Rhode Island, este adus să declare sub prestare de jurământ că „proliferarea musicalurilor, a melodramelor, a cursurilor de artă mizerabile, a centrelor culturale comunitare și a galeriilor din supermarketuri ne coboară standardele de performanță." Daniel Catton Rich, expert în artă și director de muzeu, ne reamintește că muzeele au fost cândva criticate pentru a fi „mansardele civilizației" dar, acuză el, „în ritmul în care mergem, (...) ar putea deveni curând saloanele de cocktail sau *fast-food*-urile zilelor noastre. (...) astăzi ne cheltuim frecvent nouă zecimi din energie pentru a vedea cât de repede și de mult putem face publicul să se îndrăgostească de noi."

În continuare, acuzarea explică așa-numita Lege a Gemului de Zmeură – cu cât se răspândește mai larg cultura, cu atât se subțiază mai mult. În sprijinul acestei „legi" sunt citate autorități eminente. Este reluată întrebarea retorică a istoricului Rostovtzeff: „E posibil să se extindă o mai înaltă

civilizație spre clasele inferioare, fără a-i înjosi standardele și a-i dilua calitatea până la limita dispariției?" Acuzatorul răspunde cu aserțiunea lui de Tocqueville: „În aristocrații, se produc câteva tablouri mari; în țările democratice, un vast număr de picturi nesemnificative."

Suntem gata să-l ascultăm pe martorul principal, Dwight Macdonald, autor al *Masscult & Midcult*[1], eseul care a devenit manifestul elitiștilor contemporani ai culturii. Domnul Macdonald, un om cu ochelari, barbișon cărunt și o expresie de intoleranță amuzată, este poate mai puțin feroce decât încearcă să pară, dar disprețul său pentru consumatorul de cultură nu cunoaște margini.

Macdonald începe prin a se lamenta că ascensiunea democrației, începând din 1750, a eradicat audiența elitistă a culturii, cu rezultatul că astăzi publicul din Statele Unite „s-a schimbat dintr-un mic grup de cunoscători într-o mare mulțime de ignoranți."

Ignoranților, desigur, le e greu să distingă între bun și prost, chiar și când cele două sunt polarizate și etichetate clar. Ceea ce agravează și mai rău situația, susține Macdonald, e faptul că bunurile culturale de azi nu mai sunt polarizate. La un capăt al spectrului se află Marea Cultură. La celălalt se găsește Cultura de Masă sau, cum o poreclește el, „Masscult" – nimicurile inferioare propagate de mass media. Dar între cele două, în locul unui spațiu liber și curat, există acum „o întreagă cultură de mijloc", exemplificată prin *The Old Man and The Sea*[2] de Hemingway sau *J.B.* de Archibald MacLeish, precum și prin reviste ca *Horizon, Harper's* și *Atlantic*, sau *Saturday Review*. Această cultură de mijloc – inevitabil prescurtată și elidată de Macdonald în „Midcult" – este mult mai periculoasă pentru Marea Cultură decât vulgaritatea absolută a unor Beatles sau Beverly Hillbillies, întrucât „se preface că respectă standardele Marii Culturi, când de fapt le subțiază și le vulgarizează." Iar consumatorul de cultură din zilele noastre, fiind un țopârlan neregenerat, se lasă dus de nas, contribuind astfel, după părerea lui Macdonald, la înjosirea progresivă a standardelor noastre de excelență.

„O mâzgă călâie de Midcult se întinde pretutindeni", avertizează Macdonald, ridicând glasul. „Instituții ca Muzeul de Artă Modernă (..) cândva mici și avangardiste, au ajuns acum înfloritoare și respectabile." Semn sigur de decadență.

Artele nu mai pot fi salvate decât printr-o intervenție chirurgicală radicală. Aceasta, afirmă Macdonald, ar fi extirparea totală a Midcultului. Cultura trebuie să se polarizeze din nou. „Problema vulgarizării a devenit acută", declară el. „Nu văd decât două soluții logice: (a) o încercare de a integra masele

1. Vezi mai jos. (n.tr.)
2. „Bătrânul și marea". (n.tr.)

în marea cultură; sau (b) o încercare contrară de a defini două culturi, una pentru mase și cealaltă pentru clase. Eu susțin a doua soluție.“ Pe scurt, trebuie să se restaureze un status quo analog celui dinainte de 1750.

Astfel, pledoaria împotriva consumatorului de cultură s-a desăvârșit. Țopârlan și ignorant cum este, artele trebuie să fie salvate din îmbrățișarea lui.

S-ar putea expedia propunerea de revenire la elitism ca pe o aiureală evidentă, dacă teza Masscult-Midcult n-ar fi devenit foarte de bon ton în anumite cercuri intelectuale din Statele Unite, mai ales printre liberalii din lumea culturală. Premisa că numai o elită poate menține standardele de excelență în arte este, desigur, nefondată. A dobândit o mare putere de circulație la începutul secolului al nouăsprezecelea, când declinul aristocrației funciare și primele tenebre ale industrializării scăldau trecutul într-o lumină aurie. Îi auzim pe criticii din acea epocă înfierând, cu cuvinte pe care le-ar putea folosi însuși Macdonald, „înjosirea standardelor care trebuie cu necesitate să apară din extinderea cercului de judecători; din a lăsa gloata să voteze“. Prin urmare, noutatea nu stă în premisa de bază a teoriei, ci în artificiile verbale care o încețoșează și stridența aparte cu care neo-elitiștii își prezintă argumentele.

Cu o generație în urmă, am fi putut găsi în interiorul stabilimentului cultural un bloc solid de intelectuali liberali și radicali care priveau cu regret, nu cu satisfacție, faptul că majoritatea americanilor erau indiferenți față de arte. Acești intelectuali nu-și puneau nici un moment la îndoială propriile calificări de apartenență la o elită, dar ei erau elitiști binevoitori, cum s-ar spune, care doreau sincer ca propria lor pasiune pentru pictură, muzică, teatru și alte arte să fie împărtășită și de publicul larg. În fond, acesta a fost idealul democratic, de la Whitman încoace. Cultura, ar fi convenit ei, nu trebuie să fie monopolul câtorva aleși.

Ne-am fi așteptat, atunci, ca această aripă a instituției critice să fi întâmpinat cu bucurie extraordinara creștere a interesului public față de arte. În schimb, majoritatea membrilor săi s-au aliat din toată inima cu tabăra elitistă. Astfel, suntem tratați cu curiosul spectacol al intelectualilor foști radicali defilând în cadență cu mandatarii conservatori ai celor mai tradiționaliste muzee și orchestre, pentru a apăra artele de noul public cultural.

Această *volte face* a fost explicată în diverse moduri. Sociologul Daniel Bell a observat că dezvoltarea statului îndestulat, ameliorarea celor mai grave probleme economice ale capitalismului și dezamăgirea față de comuniști i-a lăsat pe criticii radicali fără nici o direcție de mers. „După ce s-a auto-distribuit în rolul de critic“, scrie Bell, „intelectualul radical (...) și-a îndreptat atenția spre calitatea vieții americane.“ A urmat spectaculoasa ascensiune a televiziunii, iar elaborarea de tratate sociologice și literare despre mass-media a devenit o

industrie academică majoră. Nu urmărim să sugerăm, desigur, că toți criticii mijloacelor de informare în masă sunt liberali sau foști radicali deziluzionați, sau că televiziunea și mass-media ar fi mai presus de orice critică. Este util, însă, să explicăm stridenta polemică a multora dintre pozițiile critice.

Și mai există poate și un alt motiv pentru care atât de mulți intelectuali și iubitori ai artei mai bătrâni, indiferent de convingerile lor politice, au îngroșat dintr-o dată rândurile elitiștilor. Cauza este, cred, sentimentul lor de violare a exclusivității. Am consemnat la începutul acestei cărți propriile mele amintiri dintr-o perioadă când Muzeul de Artă Modernă îmi aparținea numai mie, cufundat în liniște, când galeriile erau neaglomerate și puteau simți o anume afinitate cu ceilalți câțiva vizitatori care se plimbau pe coridoarele lor tăcute. Prezența noastră laolaltă nu ne plasa numai într-o poziție aparte față de ceilalți americani, cum am sugerat anterior, ci și – cum ne plăcea să credem – deasupra lor. Era o vreme când un număr relativ mic de americani aveau teatrele, sălile de concerte și muzeele țării aproape numai pentru ei. Astăzi, le e greu să se înghesuie prin mulțime și nu-și mai pot declara o superioritate iluzorie numai fiindcă pot arăta cotorul unui bilet. Cândva, discutau despre muzică și poezie în termeni cunoscători. Astăzi, vecinul poate să pună „Moartea și fecioara“ pe combina hi-fi și să discute despre ea pe tonul cel mai sofisticat.

Evident, pentru aceia care au crescut sub „vechiul regim“, este o situație neliniștitoare. Le subminează sentimentul de superioritate. Exclusivitatea lor a fost încălcată în mod grosolan. Și astfel, domnul Macdonald se lamentează că Muzeul de Artă Modernă a devenit dintr-o mică instituție de avangardă una înfloritoare și respectabilă, adăugând că „în cursul acestui proces, pare să se fi încurcat ceva.“ Într-adevăr, s-a încurcat ceva. Dar pare să aibă mai mult de-a face cu respectul de sine însuși decât cu arta.

În sfârșit, linia elitistă face apel la toți cei care sentimentalizează trecutul și urăsc în secret prezentul. Când un poet e împins la disperare de așa-numitele „gusturi oribile ale epocii“, avem dreptul să întrebăm dacă nu cumva sub această acuzație se ascunde o silă de vremurile noastre care nu prea are legătură cu estetica. Unor asemenea oameni trebuie să li se reamintească toate atrocitățile estetice comise în trecut, chiar și în timpul așa-numitelor epoci de aur și chiar de către cele mai cultivate dintre elitele aristocratice. Mai aproape de noi, când tună și fulgeră, de exemplu, împotriva pretinsului declin al gusturilor muzicale americane, trebuie să li se reamintească faptul că în urmă cu un secol, Schola Cantorum, dirijată de Walter Damrosch, a încheiat un concert la Carnegie Hall cu o baladă de Percy Grainger, pentru care orchestra fusese îmbogățită cu o formație voluntară de patruzeci de mandoline, ghitare și banjouri. Trăiască trecutul!

Nu vrem să susținem că prezentul e cea mai bună din toate lumile posibile,

sau că actualul nivel de evoluție culturală din Statele Unite este ceea ce și-ar dori toată lumea. Există defecte izbitoare. Există o droaie de concerte grețoase și piese împleticite. Multe dintre tablourile expuse în centrele comerciale sau holurile teatrelor ar merita să fie ciopârțite în bucăți. Peisajul e plin cu tarabe de pizza Taj Mahal, după cum a remarcat odată cineva, iar în ciuda entuziasmului intermitent al anumitor critici și experți, nu trăim în mijlocul unei renașteri. Totuși, priveliștea nu e nici pe departe atât de sumbră pe cât o prezintă elitiștii și există suficiente dovezi că situația se îmbunătățește, în loc să se agraveze.

Să luăm, de pildă, problema standardelor de performanță. Dacă ar acționa așa-zisa Lege a Gemului de Zmeură, creșterea numerică a publicului de cultură ar determina un declin în nivelurile de împlinire tehnică a artelor. Pe măsură ce se extinde în afara cercului de „cognoscenti", audiența ar trebui să devină mai puțin exigentă, mai puțin pretențioasă față de artist. Această coborâre a ștachetei, această îngăduință generală, ar trebui să fie urmată de un corespunzător declin în excelența tehnică a performanțelor. Instrumentiștii, de exemplu, ar trebui ca astăzi să cânte mai neglijent decât înainte de marea expansiune a publicului cultural.

Dacă încercăm să confruntăm această teorie cu realitatea, constatăm că se întâmplă exact contrariul. Astăzi, interpretările excelent de rafinate se găsesc peste tot printre milioanele de discuri L.P. vândute în fiecare an. Aceste interpretări înregistrate, cu defectele eliminate și calitățile deosebite intensificate electronic, sunt din punct de vedere tehnic mai perfecte decât orice s-ar fi putut auzi la un concert din urmă cu douăzeci de ani, poate chiar mai bune decât ceea ce se poate asculta „live" astăzi. În prezent, milioane de americani ascultă aceste interpretări impecabile sub aspect tehnic, fie la propriile lor aparate hi-fi, fie la radio, iar dacă prietenii noștri elitiști nu doresc să afirme că manifestările de excelență înjosesc gustul, trebuie să conchidem că disponibilitatea acestor înregistrări creează ascultători mai competenți și cu mai mare putere de discernământ. Mai mult, când un consumator de cultură a auzit interpretări de prima calitate pe discuri, el are toate șansele să pretindă mai mult, nu mai puțin, de la instrumentiștii pe care-i ascultă „live" în sala de concerte. Interpretările de calitatea a doua au mult mai puține șanse să treacă neobservate astăzi, decât în trecut.

Această descoperire e confirmată prin convorbiri cu muzicieni profesioniști, dintre care mulți au comentat public sofisticarea crescută a consumatorului de cultură din zilele noastre. Mai mult, vă vor spune că nivelurile tehnice de producție, precum și de consum, au urcat. Ceea ce înseamnă că nu numai ascultătorul e mai calificat și pretențios, ci și interpretul este mai bun. Se afirmă că până și tinerii instrumentiști care ies din conservatoare sunt

înzestrați cu un nivel realmente admirabil al cizelării tehnice. Muzicienii străini veniți în vizită și-au exprimat și ei surprinderea și admirația.

Același lucru, probabil în mai mică măsură, este valabil și în celelalte arte. Se prea poate ca televiziunea să înece undele de emisie cu banalități și este adevărat că se difuzează destule filme fără valoare. Însă chiar și în spectacolele proaste de televiziune, nivelul actoricesc, muzical sau dansant este adeseori, incontestabil, excelent.[3] N-aș insista aici la fel de mult ca în cazul muzicii clasice, dar telespectatorii și radioascultătorii din ziua de azi nu se mai mulțumesc cu atât de puțin ca în urmă cu douăzeci de ani. Televiziunea și cinematograful le dau posibilitatea celor mai mulți oameni să-i vadă și să-i audă, cel puțin ocazional, pe unii dintre cei mai specializați din punct de vedere tehnic actori, dansatori și cântăreți ai lumii. Spectacolele de înaltă calitate transmise electronic ajută să se determine criteriile pe care spectatorii și le iau cu ei în fotolii, într-o sală de teatru sau de concerte. Din acest punct de vedere, se poate argumenta că, măcar în privința standardelor de interpretare, consumatorul de cultură e mult mai dificil de mulțumit decât erau bunicii lui.

Desigur, standardele tehnice nu sunt totul. Un alt factor de care trebuie să se țină seamă în estimarea calității vieții artistice este gradul de receptivitate al audienței față de diversitate și complexitate. Și aici există semne de îmbunătățire categorică. De exemplu, Kurt Adler, directorul general al Operei din San Francisco, a remarcat: „În ultimii zece ani, gustul publicului a manifestat schimbări uluitoare. Contrastul apare cel mai vizibil în crescânda atracție a lucrărilor moderne și a noutăților." Această descoperire este confirmată în repetate rânduri de către artiști. Phyllis Curtin, soprana, declară cu o undă de uimire: „Într-un oraș nesofisticat din zilele noastre, descopăr că pot cânta Alban Berg, Fauré, Pergolesi – programe interesante." Peter Ustinov, actorul, vorbea cu plăcere despre nivelul neașteptat de înalt al sofisticării pe care a găsit-o cu ocazia unui turneu prin Midwest, în urmă cu câțiva ani. Artur Rubinstein remarca faptul că „orașele mici din toată America sunt mai receptive la muzica bună decât orașele vechi din Franța". Iar și iar, criticii care reușesc să-și părăsească birourile din New York pentru o plimbare prin regiunea numită cândva hinterland se înapoiază anunțând pe un ton de șocată surprindere că publicul nu mai e compus din țărănoi.

Când criticul de artă Emily Genauer a revenit dintr-o călătorie în Iowa, acum câțiva ani, s-a simțit îndemnată să scrie: „Nu încape nici o îndoială, din întrebările cu care m-au bombardat studenții, că erau nu numai familiarizați

3. Se cuvine să amintim că este vorba de America anilor '60, nu de România de la sfârșitul anilor '90. (n.tr.)

cu ultimele noutăți din arta modernă, ci și că nu aveau nici o dorință de a accepta ceva numai fiindcă *era* ultima noutate.“ Brooks Atkinson, scriind despre primele câteva luni de funcționare a Teatrului Tyrone Guthrie din Minneapolis, a spus: „Cel mai mare succes din acest an a fost publicul. N-a fost numai numeros permanent, ci și atent și receptiv.“

Departe de a fi pasivi sau bovini, consumatorii noștri de cultură sunt de cele mai multe ori alerți, activi și posesori ai unor opinii clar definite. În fața teatrelor unde se prezintă *The Deputy*[4] defilează pichete. Izbucnesc huiduieli când Bernstein prezintă demodata lucrare *Atlas Eclipticalis* de John Cage. Printre afiliații artei filmului face prăpăd o feroce dezbatere cu privire la meritele așa-numitului New American Cinema Group. Consumatorii de cultură discută vehement despre *Blues for Mister Charlie*[5], iar când Teatrul de Repertoriu al Centrului Lincoln își alege neinspirat programele, spectatorii își manifestă dureros de clar nemulțumirea. Receptivitatea publicului este vizibilă pentru oricine își petrece timpul în sălile de concerte, teatre sau muzee. Oliver Daniel, scriind în *Saturday Review*, comentează: „O audiență entuziastă și în creștere face posibile unele evenimente peste măsură de vii. Reacția față de ceea ce se aude este adeseori la fel de zgomotoasă și controversată ca o mare parte din muzica însăși.“

Vivacitatea și sofisticarea noului public de cultură se reflectă într-o ameliorare generală a diversității și calității programărilor culturale. În teatre se găsesc exemple de montări cu Ionesco în Carolina de Nord și Anouilh în Ohio. Un raport despre scena muzicală din New York observă: „Repertoriul de concerte se îmbogățește cu muzică din perioade cronologice și combinații de instrumente care înainte nu s-au mai auzit în programele standard.“ Aceeași bogăție este răspândită prin toată țara de către soliștii care, spre bucuria lor, au o posibilitate tot mai mare de a prezenta programe de recitaluri mai bune, mai profunde și mai puțin standardizate. În artele vizuale, de asemenea, se consemnează o mișcare generală spre diversitate și bogăție. Cu cuvintele lui Alfred Barr, directorul colecțiilor de la Muzeul de Artă Modernă, ascensiunea consumatorului de cultură nu „compromite integritatea și convingerile artei. Se produce simultan o gamă largă de lucrări artistice, de la cele mai exact figurative până la cele absolut abstracte. Și găsesc opere de calitate în toate domeniile.“ Această observație este reluată de criticul de artă care, după un tur prin galerii, a simțit nevoia să precizeze: „Diversitatea nu e numai sarea și piperul artei ci și, într-o civilizație atât de multilaterală încât cere o multitudine de expresii, cel mai sigur semn de sănătate.“ Iar unul

4. „Adjunctul“. (n.tr.)
5. „Blues-uri pentru domnul Charlie“. (n.tr.)

dintre cei mai reputați critici de dans ai țării, Allen Hughes, anunță: „Dacă orașul New York este actualmente capitala mondială a dansului, așa cum pare să fie, acest lucru se datorează (...) faptului că producem mai multe spectacole dansante caracterizate prin vitalitate și, probabil, durabilitate, decât oricine altcineva." Această aserțiune a atras critici, sub pretextul că ar fi fost șovină, dar nimeni nu neagă că scena americană a dansului este astăzi plină de fermenți însuflețitori.

Un ferment similar se semnalează, deși adeseori este omis sau negat, și în teatru. Acuzația lipsită de fond că nu se scriu piese americane sau că tinerii dramaturgi nu sunt luați în seamă are tot mai puțină putere de convingere. Un număr recent din *New Yorker*, de exemplu, a enumerat 28 de piese sau musicaluri la rubrica „Off Broadway". Spectatorul de teatru din acea săptămână a putut alege dintre lucrări de Shaw, Pirandello, Euripide, Calderón, Molière, Genet, Gide și Gorky. Dar a mai avut de ales și dintre șaptesprezece piese americane, din care cel puțin șapte erau scrise de dramaturgi tineri sau puțin cunoscuți, inclusiv LeRoi Jones, Edward Albee și Lewis John Carlino. Pe Broadway era jucată piesa lui James Baldwin, iar spectatorii de la Lincoln Center puteau vedea *After The Fall* [6] de Arthur Miller.

Dacă Legea Gemului de Zmeură ar fi adevărată, dacă „o mâzgă călie de Midcult se întinde pretutindeni", declinul standardelor americane de excelență ar trebui să fie vizibil și pentru străini. În sens istoric, desigur, europenii au privit de sus cultura americană – și pe bună dreptate. Acest dispreț ar trebui să fie și mai marcat acum decât înainte, dacă teoria elitistă ar avea cât de cât o bază reală. Și totuși, reiese că lucrurile stau tocmai invers. Europenii sunt siliți să-și revizuiască atitudinea tradițională față de artele din America.

Cea mai dramatică dovadă a acestui lucru a fost apariția New York-ului pe post de capitală mondială fără rival a picturii și a sculpturii. Cumpărătorii străini bat drumurile până la galeriile din New York, la fel cum obișnuiau americanii să meargă la Paris și la Londra. Pictorii, sculptorii și arhitecții americani din anii 1950 au început să vină cu brațele încărcate de premii de la Bienala din Veneția și alte mari competiții internaționale. Pe la jumătatea anilor '50, criticul englez Lawrence Alloway anunța că „orașul New York e pentru jumătatea acestui secol ceea ce a fost Parisul pentru începutul secolului XX: este centrul artei apusene." La Londra, prin 1960, conservatoarea Tate Gallery anunțase că plănuia să deschidă o sală specială, dedicată unei colecții de artă americană recent alcătuită. Și mai surprinzătoare a fost repeziciunea cu care expresionismul abstract, de bine de rău o invenție americană, s-a răspândit prin studiourile de pictură ale lumii. Triumful său a fost atât de

6. „După cădere". (n tr.)

complet, încât atunci când H. Harvard Arnason, actualmente vicepreşedinte al Muzeului Guggenheim, a călătorit prin Coreea de Sud, în 1959, a găsit artişti în colibe de chirpici discutând despre cele mai recente apariţii de pe firmamentul newyorkez. Arnason a povestit cât de uimit a fost când, la încheierea unei conferinţe, unul dintre ascultători s-a ridicat şi i-a ţinut un lung discurs în coreeană, punctat cu numele lui James Pollock, Robert Motherwell şi ale altor pictori americani. Mai recent, Arta Pop a început şi ea să câştige imitatori străini.

În muzică, aplauzele străine pentru interpretările americane au fost şi sunt, de la sfârşitul războiului încoace, necontenite. Când Leontyne Price a cântat în Italia, s-a spus că „în sfârşit am auzit-o pe adevărata Aida". Triumful lui Van Cliburn la Moscova e prea cunoscut ca să mai aibă nevoie de vreo descriere. Grace Bumbry şi zeci de cântăreţi şi instrumentişti mai puţin cunoscuţi au fost la rândul lor ovaţionaţi de cei mai reputaţi critici europeni. Prin contrast, laudele pentru compozitorii americani sunt ezitante, dar şi aici se remarcă schimbări. Compoziţiile americane de avangardă beneficiază de tot mai multe interpretări în străinătate şi, recent, celebrul Internationale Ferienkurse für Neue Musik din Darmstadt a recunoscut importanţa creaţiilor de la noi invitându-l pe Milton Babbitt, unul dintre cei mai novatori compozitori americani, în corpul său didactic. Se poate povesti acelaşi lucru şi despre teatru. Piesele de autori americani sunt puse în scenă pe tot cuprinsul lumii – nu numai operele lui O'Neill, Miller şi Williams, ci şi cele ale unei complet noi generaţii de tineri dramaturgi talentaţi, ca Albee şi Gelber.

Poate că tributul suprem adus de alte naţiuni elanului artelor din Statele Unite începând cu sfârşitul războiului constă în persistenta migraţie a artiştilor lor spre ţărmurile noastre. Acum nu mai vin ca refugiaţi, ci ca studenţi şi participanţi. Ultimii ani au cunoscut un flux crescând de artişti din alte ţări care vin să se stabilească sau să petreacă perioade îndelungate de timp studiind evoluţiile artistice de la noi. În domeniul muzical, compozitori de avangardă ca argentinianul Mario Davidovsky, turcul Bulent Arel, egipteanul Halim El-Dabh şi italianul Luciano Berio au venit în vizită sau să lucreze la Columbia şi la Princeton, unde compozitorii americani realizează experimente interesante cu componistica electronică. Günter Grass, romancierul german, autor al romanului *Die Blechtrommel* [7], şi-a anunţat dorinţa de a sta o vreme în Statele Unite fiindcă, după cum a spus el cu entuziasm, „aici ai totul". Numărul de pictori şi sculptori străini care ne vizitează ţara e enorm. Mulţi, după ce au luat pentru prima oară contact cu fermentul vital de la noi, se hotărăsc să rămână sau să-şi petreacă aici o parte substanţială din timpul de

7. „Toba de tinichea". (n.tr.)

lucru. Oyvind Fahlstrom din Suedia, Richard Smith și Peter Stroud din Anglia, pictorii francezi D'Allegret și Arman, pictorul-dramaturg italian Giordano Falzoni, Tinguely, experimentatorul elvețian, și Mellehi, din Repubica Arabă Unită, nu sunt decât câțiva dintre aceștia. În loc să se mai îndrepte instinctiv spre Paris sau Roma, sunt atrași către New York.

Nu demult, August Heckscher a spus într-un discurs: „Trăim în mijlocul unei societăți strălucitoare, însuflețită de impulsuri creatoare, bogată în genii individuale. Orice s-ar putea crede despre cutare piesă sau carte anume, sau despre o expozitie, efectul total e orbitor." El le-a amintit ascultătorilor săi că, în urmă cu un secol, englezii înfumurați și disprețuitori obișnuiau să ne desconsidere, întrebând: „Cine citește o carte americană?" Heckscher a replicat: „Astăzi, nimeni n-ar mai putea pune o asemenea întrebare. «*Cine* citește o carte americană? Cine așteaptă să vadă o nouă clădire proiectată de unul dintre cei mai buni arhitecți ai Americii? Cine urmărește tendințele din pictura sau muzica americană?» Răspunsul este: întreaga lume. (...)" Domnul Heckscher nu are darul exagerării.

Una dintre micile ironii ale actualei situații este legată de locul avangărzii în viața culturală americană. Faptul că artiștii străini sunt tot mai atrași de Statele Unite este o răsturnare istorică. Cu treizeci sau patruzeci de ani în urmă, mișcarea se desfășura în cealaltă direcție. Europa era Adevăratul Nord. Acolo aveau loc inovațiile cu adevărat provocatoare. În același timp, publicul american era de o indiferență atât de crudă și atât de ostil față de experimentul estetic, încât multe dintre talentele noastre cele mai proaspete și mai îndrăznețe își căutau refugiul la Roma sau Paris. Hemingwayii și Fitzgeralzii, sutele de poeți și pictori expatriați, creaseră o tradiție proprie specială, în semn de revoltă față de sufocantul climat cultural din Statele Unite. Cei care nu-și puteau permite să plătească biletul transatlantic se adunau în ghetoul artistic din Greenwich Village.

Instituția critică, înțelegătoare cu artistul și dornică să-și afirme propria cultură superioară, agresa fără milă publicul american pentru insensibilitatea sa. Americanii erau dojeniți pentru a fi bigoți, reacționari și orbi, pentru a nu recunoaște talentele băștinașe și pentru a fi condamnat la exil avangarda.

De-atunci, ne-a cuprins o schimbare remarcabilă. Consumatorii de cultură din Statele Unite, poate mai mult decât în oricare alt loc de pe Pământ, au devenit curioși și deschiși față de inovația în artă. Noile evoluții din teatru și din pictură sunt percepute imediat. Mass media le popularizează. Mulțimile umplu galeriile și teatrele, dornice să știe despre ce e vorba în experimente.

Acest lucru a antrenat o schimbare și în configurația exilului artistic. Încă mai există expatriați. James Jones, Mary McCarthy și William Saroyan

găsesc Parisul mai confortabil decât Statele Unite. Unii pictori și sculptori americani, ca David Porter și Lee Bontecou, încă consideră mai util să petreacă o perioadă la Roma. Dar, astăzi, călătoriile în străinătate nu mai înseamnă atât exil, cât ocazii oferite de bursele din cadrul programului Fullbright. Reprezintă din ce în ce mai puțin fuga de un mediu ambiant ostil. Este tot mai mult aplicarea unui „număr" ritual. Iar adevărul cel mai semnificativ e că operele interesante ale americanilor de azi, în toate domeniile artistice, se creează acasă, nu în străinătate.

Orice observator rezonabil, amintindu-și istoria culturală a trecutului apropiat, ar putea considera toate acestea ca fiind expresia unei schimbări sănătoase. Părem acum a fi destul de siguri sau de sofisticați pentru a tolera, a încuraja chiar, experimentul creator. Totuși, nemulțumiții congenitali din sfera criticii au rămas la fel de posomorâți ca în trecut. Ieri, acuzau rezistența consumatorului de cultură în fața avangărzii; astăzi, îi condamnă receptivitatea față de ea. Astfel, romancierul Harvey Swados se lamentează în revista *Contact* că noua stare de spirit tolerantă înseamnă că „avangarda e pe patul morții". Pentru domnul Macdonald, înmormântarea s-a și terminat. El bombăne: „vechea avangardă a răposat fără să lase urmași". Iar Leslie Fiedler se plânge că „nimeni nu va găsi atât de mulți susținători și prieteni de nădejde ca omul care se auto-eticheteazā drept un dușman al societății". Știe el despre ce vorbește: succesul carierei de critic a domnului Fiedler s-a bazat integral pe modul cum a pozat drept literat în afara legii.

Problema tuturor acestor critici constă în definiția lor pentru avangardă. Definiția implicată e de un romantism cețos. Încurcă două elemente care nu au nici o relație inerentă între ele: inovația și reacția publicului. Funcția avangărzii e aceea de a împinge înainte frontierele tehnice ale artei, de a-i lărgi sau restrânge perspectiva conținutului, de a-i cizela vârful de lance. Asta e inovația; se realizează prin experimente chinuitoare, prin încercări și greșeli repetate. Acest proces de dezvoltare a început de când primul om al cavernelor și-a pictat cel dintâi bizon. Fără o avangardă dispusă să realizeze experimente, procesul de evoluție artistică ar înceta.

Aceasta, însă, nu are neapărat legătură cu modul romantic de comportament popularizat în urmă cu 120 de ani de către Mureger, ca *la vie de bohême*. Nu are nici o relație esențială cu senzaționalismul, iresponsabilitatea sau caracterul ofensiv. Și totuși, exact aceste elemente sunt cele pe care le îndeasă critici ca domnul Fiedler în definiția dată de ei avangărzii. Conform concepției lor, funcția avangărzii constă în a șoca și a ofensa. „Arta cu adevărat experimentală urmărește să *insulte*", scrie domnul Fiedler. Acesta e un punct discutabil. Arta realmente experimentală ridică noi probleme, sau caută noi mijloace de expresie. Dacă ofensează, o face incidental. Ofensa e un

subprodus, un efect secundar. Hotărârea luată dinainte de a „ofensa“ este la fel de artificială ca și decizia conștientă de a te simți bine – și la fel de zadarnică. Ceea ce îl ofensează sau îl insultă cu adevărat pe domnul Fiedler, care e un băiat mult mai rezonabil decât sugerează condeiul său bătăios, este faptul că avangarda nu mai poate *„épater le bourgeois“* din simplul motiv că burghezul nu se mai lasă ușor șocat sau ofensat.

Ceea ce nu le trece prin minte acelora care tânjesc în secret după vremurile bune de altă dată, când boemii se puteau purta ca niște boemi, distrându-se cu agitația pe care le-o provocau mitocanilor, e faptul că schimbarea prin care am trecut este un tribut adus sofisticării, educației și sensibilității mărite a consumatorului de cultură. Artistul găsește mai dificil să genereze un fior ieftin, oferindu-i cititorului imaginea întrezărită a unui sân de femeie sau prezentând pe scenă un homosexual ori un toxicoman. Capacitatea consumatorului de a discerne mai fin face toate trucurile grosiere din trecut să pară ieftine și facile. Aceasta nu înseamnă că lucrările avansate ar fi imposibile. Înseamnă că și consumatorul e pregătit pentru un progres real. Înseamnă că întregul nivel de subtilitate, complexitate și profunzime a artei trebuie să crească. Astfel, departe de a provoca un declin al standardelor de excelență, consumatorul de cultură, dacă nu și altceva, îi prezintă artistului o provocare directă și sănătoasă de a-l eleva.

Smiorcăielile pe care le auzim despre moartea avangărzii trebuie să fie primite cu răceală și scepticism. Poate că avangarda din epoca lui Murger trebuia să-și desfășoare protestele în stradă. Consumatorul de cultură contemporan, în Statele Unite cel puțin, face ca așa ceva să nu mai fie necesar. Poate din cauză că mai puțini artiști încearcă astăzi *„épater le bourgeois“* decât în urmă cu o generație. Asta nu înseamnă că o avangardă activă și energică nu acționează intens, împingând înainte frontierele artei. Această avangardă petrece mai puțin timp revoltându-se împotriva societății și mai mult timp în fața șevaletului, la bara de repetiții sau la sintetizatorul de sunet. Este la fel de posibil s-o găsim și în oricare dintre sutele de campusuri universitare, ca și în Greenwich Village. *„Garda“* e mai puțin zgomotoasă, poate, decât înainte, dar nu e mai puțin vie și avansată, iar străinii par să fie conștienți de acest lucru, chiar dacă mulți dintre criticii noștri, încremeniți în clișeele trecutului, nu îl recunosc.

Rămâne de rezolvat o ironie finală. Și anume, aceea că, atunci când nu mai e scos brutal din pretinsa sa pasivitate, consumatorul de cultură e atacat pentru activitatea sa de amator. Vina e aceea că un cârpaci mâzgălește imagini stângace, că sună fals din cornul englez sau se prostește jalnic încercând să-l joace pe Willy Loman la teatrul comunitar local. Pictorii sunt nemulțumiți că

tablourile amatorilor sunt expuse și uneori chiar cumpărate. Muzicienii profesioniști consideră că înmulțirea instrumentisticii de amatori îi va lăsa fără locuri de muncă. Pe alții îi deranjează convingerea că mărirea numărului de lucrări amatoricești contribuie la acea încețoșare critică pe care o reclamă Macdonald. Amatorismul, acuză ei, trage în jos standardele publice de excelență.

Alegația că ascensiunea activității de amatori în muzică, pictură, dans și alte arte ne va coborî ștacheta excelenței se repetă în multe forme. În unele cercuri e atât de larg acceptată, încât a ajuns să fie considerată o dovadă *prima facie* a declinului cultural. În articolul domnului Schonberg care ataca pretinsa falsitate a exploziei culturale, se insista că, din cele 1.250 de orchestre ale noastre, majoritatea sunt amatoare. Iar și iar, cifrele dezvoltării culturale sunt înlăturate ca nesemnificative, sub pretextul că o prea mare parte din această dezvoltare are loc la nivelul de amatori.

Aceste critici pierd din vedere esențialul. Înțeleg complet greșit relația dintre amatorism și profesionalism. Respectiva relație nu e inerent antitetică; este reciproc stimulativă. Dacă e îndrumată cu sensibilitate, nu există nici un motiv pentru ca incipienta noastră mișcare de amatori să nu ofere un sprijin pozitiv profesionalismului din această țară.

Mai întâi, trebuie să reținem că, în timp ce o mare parte din activitatea de amatori e exact asta și nimic mai mult, o porțiune a ei se apropie de calitatea profesionistă. Multe dintre așa-numitele noastre orchestre de amatori cântă la fel de bine ca așa-numitele orchestre profesioniste din străinătate. Adevărul este că amatorii talentați îi pot uneori egala, sau chiar întrece câteodată, pe profesioniști. Înalta calitate ocazională a performanțelor de amatori din țară îi surprinde în mod plăcut chiar și pe cei mai exigenți critici. În *The New York Times*, Allen Hughes, după vizita la o companie amatoare de balet din Dayton, Ohio, întreabă: „V-ați fi așteptat ca în Dayton să fie patru fete, și poate chiar mai multe, care știu să danseze *Pas de Quatre* a lui Anton Dolin absolut lăudabil?“ Comentarii similare s-au auzit și de la critici din alte discipline. De fiecare dată, se discută ca despre o revelație.

În al doilea rând, mișcarea de amatori oferă un excelent teren de antrenament la firul ierbii pentru talentele artistice. Domnul Hughes își continuă reportajul despre Dayton: „Poți privi ostil o companie de balet care într-un singur weekend, luat la întâmplare, a avut o proiecție de film tematic (Martha Graham și Maurice Bejart ...), o conferință demonstrativă despre machiajul scenic (...) și un curs de măiestrie predat de [Tatiana] Grantzeva...?

Va apărea în Dayton, oare, o Pavlova, un Nijinski sau un Fokin? Probabil că nu. Aceștia rareori apar, pe oriunde. Dar dacă acolo ar apărea un talent local de o asemenea calitate, ar putea găsi o mare parte, dacă nu chiar tot

antrenamentul necesar ca să înflorească (...) iar dacă acest lucru e adevărat pentru Dayton, atunci e evident la fel de adevărat și pentru alte regiuni din toată țara." Cam la fel stau lucrurile și în celelalte arte.

În al treilea rând, existența unei largi mișcări de amatori în domeniul artistic stimulează profesionalismul prin constituirea publicului cultural, nu numai cantitativ ci și calitativ. Baletul, din nou, oferă un exemplu excelent. Conform unui sondaj efectuat de Doris Hering de la revista *Dance*, multe companii de dans pentru amatori fac mari eforturi ca să creeze audiențe mai numeroase și mai informate pentru reprezentațiile profesioniste. La cel mai simplu nivel, ele ajută la menținerea unui interes viu pentru balet, dând publicității sosirea trupelor de profesioniști în turneu, îndemnând cluburile de femei, formațiile muzicale și alte colective să cumpere bilete pentru manifestările profesioniste. Multe organizații de amatori merg însă și mai departe. Înainte de sosirea unei companii profesioniste în localitate, amatorii discută despre repertoriu. Unele grupuri de amatori țin biblioteci de dans, pentru ca membrii să poată studia istoricul și tradițiile profesioniștilor în turneu. Miss Hering scria: „Mai multe grupuri, ca Detroit City Ballet, Cornish Ballet din Seattle și Ballet Royal Concert Group din Orlando, organizează discuții după spectacol; ba chiar le cer membrilor să scrie referate despre ceea ce au văzut." În sfârșit, mai sunt companii de amatori care în continuare interpretează bucățile prezentate de profesioniști. „Cu alte cuvinte", conchide revista *Dance*, „companiile de balet regionale [amatoare] și grupurile locale din jurul lor reprezintă un soi special de agent al progresului cu autostart – un agent al progresului care lucrează cu sârg și fără plată. De aici e cale lungă până la concurența pentru care sunt acuzați." Și la fel de lungă e calea și până la așa-zisele înjosiri puse în seama lor.

Nu toate grupurile de amatori procedează la fel de conștient ca acestea pentru a stimula aprecierea pentru munca de calibru profesionist. Cu toate acestea, multe o fac și, chiar și acolo unde amatorismul e mai puțin organizat, ca în cazul picturii, avem motive să presupunem că însuși actul creației de amatori accentuează sensibilitatea estetică. Omul care a încercat să compună un tablou pe pânză, oricât de puțin talent are, rămâne măcar cu o înțelegere ceva mai evoluată despre ceea ce se întâmplă cu artistul profesionist. Ascensiunea amatorismului poate juca un rol pozitiv și înviorător și în arte, la fel cum a făcut în atâtea alte domenii. Acei apărători miopi ai calității care condamnă din capul locului amatorismul trebuie să fie întrebați dacă baschetul american profesionist e mai slab fiindcă în fiecare curte de școală există câte un coș. Sau, dacă acest exemplu casnic le-ar putea șoca fragilele sensibilități, întrebarea se poate formula și altfel: oare activitățile pe scară largă ale șahiștilor amatori din Rusia a coborât apreciabil capacitatea profesională a Marilor Maeștri? Răspunsul este evident. Măiestria șahistă rusă pe o perioadă

îndelungată e tocmai produsul aprecierii la firul ierbii, al participării de amatori și al unui întreg și complicat sistem de organizații și competiții, la toate nivelurile de pregătire, de la cele mai primitive până la cele mai elevate.

Atacul asupra amatorismului, la fel ca atacul direct asupra consumatorului de cultură, se bazează mai puțin pe fapte și mai mult pe temeri. Iubitorii cultivați și de durată ai artei, prețuindu-și superioritatea la fel ca membrii de demult ai sindicatului instalatorilor, se tem de apariția noilor-sosiți. Li se spune că sunt o elită și că acea elită e acum amenințată. Ripostează, mereu grijulii să anunțe că scopul lor nu e reținerea prestigiului sau a privilegiilor, ci apărarea calității. Dar ce anume înseamnă, exact, termenul „elită"?

Sunt relevante două definiții. Într-un sens, cuvântul denotă o aristocrație bogată și puternică, unită prin legături de rudenie și cu destul de mult timp liber pentru a-și fi dezvoltat o sensibilitate superioară. Putem presupune că la asta se refereau elitiștii, vorbind despre istoria europeană dinainte de 1750. Dacă acesta e înțelesul cuvântului „elită", atunci nimeni nu poate argumenta logic că arta sau excelența depinde de ea. Acest gen de elită a dispărut, în majoritatea țărilor europene, pe la jumătatea secolului trecut, lăsând în urmă doar urme și vestigii ale pompei și puterii sale. Și totuși, moartea elitei ca forță culturală importantă nu a ucis și arta. Nici pe departe. Anii ulteriori declinului acestei elite au cunoscut producția unor vaste cantități de opere artistice durabile în Europa. Revolta romantică, apariția impresionismului în pictură și muzică, naturalismul în romane și piese de teatru, întregul conglomerat de școli și curente ale artei moderne – toate acestea s-au dezvoltat fără ajutorul elitei, înțelegând prin ea un fel de aristocrație feudală. E clar că arta nu depinde de elită în acest sens al cuvântului și puțini elitiști ar merge până la a sugera contrariul, deși în scrierile lor sentimentalizează consecvent trecutul pre-democratic.

Celălalt înțeles, mai semnificativ, al folosirii cuvântului „elită" în relație cu arta, nu are nici o legătură directă cu clasele sociale sau cu puterea economică ori politică. Se referă la calități din categoria intelectului. Astfel, descoperim că Macdonald, deși își consumă mult timp susținând meritele elitei de modă veche dinaintea anului 1750, strecoară o notă de subsol sugerând că, atunci când spune că Marea Cultură ar trebui să fie monopolizată de „clase", se referă de fapt la o „elită intelectuală". Aici, desigur, termenul se bazează pe o diferențiere naturală, nu sociologică.

Nu există două organisme omenești care să fie înzestrate identic cu capacitate senzorială, inteligență, facultatea de a abstractiza, talentul pentru fantezie. Unii indivizi sunt dotați minunat, de la natură și prin antrenament, spre a aprecia rafinatele plăceri ale picturii. Alții sunt mai receptivi la muzică,

dans sau teatru. Adeseori, individul pasionat de o artă este slab dotat pentru a le aprecia pe celelalte. Oricine a întâlnit, la un moment dat, un meloman pasionat cu casa plină de sunetul muzicii de cameră, care asistă regulat la concerte, cântă el însuși la un instrument, dar are un gust vizual, exprimat prin tablourile pe care și le agață pe pereți, de-a dreptul penibil. L-am cunoscut cu toții pe iubitorul de teatru care poate degusta critic cele mai recente piese și clasicii greci, dar e complet ignorant într-ale muzicii.

Asemenea variațiuni reflectă deosebirile de fiziologie și studii, demonstrând că niciodată nu a existat o „elită culturală" în sensul unei elite singulare și multilaterale, cu superputeri de apreciere, ci mai degrabă ca o serie de elite în mare parte neînrudite, fiecare acționând în câte o altă disciplină artistică. Dacă asta se înțelege prin elită, atunci teama că explozia culturală o (sau le) va înlătura e neîntemeiată. Asemenea distincții între consumatorii de cultură vor continua să existe atâta timp cât vor dura și diferențele între oameni. Întotdeauna vor exista puteri superioare de apreciere.

Prin urmare, problema pusă de elitiști, după ce le-am înlăturat pe toate celelalte, este dacă arta trebuie să se adreseze exclusiv elitei din fiecare disciplină, dacă să-i ignore pe toți ceilalți, dacă, în două vorbe, ar trebui să se realizeze o repolarizare, în Înaltă Cultură pentru elite și Rahat pentru restul omenirii.

O asemenea propunere scapă din vedere imoralitatea de a condamna marea masă a omenirii la eternă inferioritate, distrugând tocmai acea „cultură de mijloc" care îi dă individului posibilitatea de a dobândi pricepere și gust, în timp ce urcă spre nivelul de cunoscător. Se bazează pe ipoteza că consumatorul de cultură e needucabil, irecuperabil – un ratat respins de societate. Mai mult, o asemenea ipoteză, cu toată aparenta sa solicitudine pentru artă, omite realul pericol față de arta actuală, pericolul lipsei de sens. Cu cuvintele lui Norman Podhoretz, ipoteza „condamnă înalta cultură la o eternă izolare și la o singurătate care va sfârși în sterilitate, uscăciune și mandarinism."

Dacă o asemenea propunere ar fi înaintată în numele snobismului, ar fi retezată din scurt. În schimb, este avansată în numele „calității". Acest cuvânt a dobândit un statut de fetiș. La fel ca maternitatea și drapelul național, este intangibil. E cel mai sigur dintre sloganurile după care ne putem ascunde. Și totuși, calitatea în sine nu are nici un sens. Putem vorbi de calitate în excelenta organizare a lagărului de exterminare de la Auschwitz sau în excelenta eficiență a bombei H ca armă de genocid. Rămâne întotdeauna întrebarea: „calitate pentru ce?"

Este oare scopul artei acela de a servi numai un cerc de cunoscători – acei „cognoscenti" ai domnului Macdonald? E oare unicul ei obiectiv cel de a intensifica înțelegerea sau plăcerea unei mâini de puțini aleși? Dacă asta e tot,

atunci este greu de justificat cheltuirea resurselor sociale în folosul ei. Crearea de artă plastică, muzică, teatru, dans sau literatură implică nu numai cheltuieli financiare, ci o întreagă serie de aranjamente sociale complexe, pentru a deveni posibilă. De ce ar trebui ca o societate să mențină aceste aranjamente, de ce să cheltuiască un singur ban pentru a susține artistul sau a-i disemina bunurile, dacă beneficiile artei se restrâng doar la câțiva receptori? Iar dacă s-ar argumenta că beneficiile sale „se scurg" prin intermediul acestor câțiva aleși către restul societății, atunci avem destule temeiuri istorice de a contesta afirmația. Masele franceze care au făcut revoluția ce a răsturnat vechea orânduire au beneficiat foarte puțin de cultura care înflorea în paralel cu agonia lor fizică și spirituală. Împotriva ideii că arta trebuie să fie izolată de masele omenești se situează contra-conceptul perfect rezonabil că arta trebuie să facă parte integrantă din societate, radiind în viețile a milioane de oameni. Thomas Mann, prin cuvintele lui Leverkühn din *Doctor Faustus*, argumenta că arta ar fi „complet singură, singură până la moarte, dacă nu-și găsește o cale spre «popor» – sau, ca să vorbim mai puțin romantic, spre ființele omenești." Dacă și când se întâmplă acest lucru, declara Mann, prin intermediul lui Leverkühn, arta s-ar „vedea din nou pe sine însăși ca pe o slujitoare a societății, a unei societăți sudate prin mult mai mult decât învățătură, o societate care nu ar *avea* o cultură ci, poate, ar *fi* una." Cu siguranță, acesta e un scop ce merită urmărit.

Afirmația elitistă că nici o democrație n-a produs vreodată cultură de înaltă calitate e irelevantă. Este un nonsens să presupui că ceea ce nu *s-a* făcut nu *se poate* face. E o afirmație născută din frică și dintr-o jinduire secretă după simplitățile trecutului. Uită că întâmpinăm provocarea cu o mare bogăție de resurse. Ignoră remarcabilele progrese pe care le-am făcut deja. Încă nu ne bucurăm de însuflețirea care probabil ia ființă cu prilejul unei veritabile renașteri. Dar se prea poate ca noi să îi punem bazele materiale și umane. Faptul că încercăm s-o facem în mod democratic, că suntem gata să punem la încercare pretinsa incompatibilitate dintre artă și democrație, ar trebui să fie pentru noi o sursă de mândrie, nu de rușine.

Benjamin Franklin, care a fondat atât prima bibliotecă americană de subscripție cât și Societatea Filosofică Americană, scria: „Primele corvezi de la întemeierea noilor colonii (...) sunt aproape terminate; și în fiecare provincie se află mulți în împrejurări comode, care le lasă timp liber să cultive artele cele mai frumoase...". Astăzi, s-ar putea spune că primele corvezi de a asigura bunăstarea materială a majorității americanilor s-au cam terminat și ele, istoricește vorbind, și că o națiune în curs de maturizare începe să se preocupe de calitatea existenței. Acesta este sensul ascensiunii consumatorilor de cultură.

Mulțumiri

Această carte nu ar fi putut să fie scrisă fără ajutorul a circa 200 de bărbați și femei – pictori, muzicieni, actori, manageri, patroni, administratori artistici, oameni de afaceri, directori de fundații, pedagogi și alții – care mi-au permis să-i chestionez, oferindu-mi gratuit din timpul și cunoștințele lor. Au fost ireproșabil de amabili, punându-mi la dispoziție nu numai propriile lor comentarii și numele altor persoane pe care să le interviewez, ci și scrisori, memorii, programe și alte documente greu accesibile. Mi-e imposibil să le mulțumesc tuturor individual. Sper că volumul se va dovedi util și lămuritor – și prin aceasta, într-o oarecare măsură, să-mi exprim recunoștința.

În plus, câteva persoane au mers până dincolo de obligațiile prieteniei sau ale datoriei, permițându-mi să-mi ascut ideile prin discuții prelungite cu ei, de-a lungul unor perioade de luni în șir, iar acestora trebuie să le aduc mulțumiri publice în mod direct. Prima este soția mea, Heidi, căreia i se dedică această carte și care a fost și este mult mai mult decât o consoartă răbdătoare. Cartea a fost citită de ea – sau i-a fost citită ei – capitol cu capitol, adesea paragraf cu paragraf. Comentariile ei pătrunzătoare și directe mi-au oferit o critică din mers care m-a îndemnat, la tot pasul, să clarific și să condensez. A fost o bună redactoare și o tovarășă intelectuală cu gândirea ageră.

De asemenea, câțiva prieteni mi-au fost de un deosebit ajutor. Lawrence A. Mayer, economist asociat la revista *Fortune*, m-a ajutat la îndreptarea unora dintre primele asperități din fragmentele unde e vorba de economie și cultură. Dr. Donald F. Klein, cercetător asociat în psihiatrie la Hillside Hospital, și-a folosit inteligența fină nu numai în capitolele care descriu caracterul și motivațiile consumatorului de cultură, ci față de întregul manuscris. Ralph Burgard, director al Consiliului Artelor și Științelor din St. Paul, și R. Philip Hanes jr., un om de afaceri din Winston-Salem care este una dintre forțele propulsoare ale mișcării consiliilor artistice din Statele Unite, au fost amândoi neobișnuit de răbdători cu cererile mele repetate de informații și date speciale. Herman A. Slotoroff, C.P.A.[8] a fost amabil și a citit partea din carte unde se discută despre impozite, dându-mi sfaturile sale de specialitate.

E de la sine înțeles, însă, că numai eu singur sunt răspunzător pentru punctul de vedere al cărții și pentru toate erorile care s-au putut strecura în text.

În sfârșit, trebuie să-i mulțumesc revistei *Fortune* pentru că m-a însărcinat să scriu articolul intitulat „Cantitatea culturii“ care a apărut în numărul revistei pe luna noiembrie, 1961, declanșând astfel succesiunea de circumstanțe care au dus la scrierea acestei cărți. Unele fragmente din articol au fost, cu acordul revistei, încorporate în textul de față. De asemenea, unele părți din această carte au apărut, sub o altă formă, în revista *Show*.

---

8. Certified Public Accountant = contabil public autorizat. (n.tr.)

Note

O mare parte din această carte se bazează pe interviuri directe și pe referate, rapoarte, corespondență nepublicată, documente multiplicate și alte surse care nu sunt accesibile publicului larg. Prin urmare, voi enumera numai materialele publicate care se pot găsi comod și articolele de interes special, indiferent de disponibilitatea lor. Voi omite articolele de importanță secundară care sunt greu de găsit. În cazul lucrărilor enumerate în *Bibliografie*, voi evita repetarea titlurilor, referindu-mă la ele în *Note*, cu ajutorul numerelor. Astfel, în *Note*, [1] va reprezenta primul punct din *Bibliografie*, și anume, *The Lords of Creation*, de Frederick Lewis Allen.

CAPITOLUL 1

Miss Mannes este citată din *The New York Times Magazine*, 9 iulie, 1961.

Articolul lui Randall Jarrell a apărut în *Saturday Evening Post*, 26 iulie, 1958. Vezi și articolul său „Tristețe la supermarket" din *Daedalus*, primăvara, 1960.

Domnul Macdonald va mai apărea în această carte. Vreau să se înțeleagă clar că îl consider o mare valoare a scenei americane, inteligent, provocator și, cel puțin uneori, intuitiv. Iau atitudine numai față de opiniile sale elitiste, așa cum au fost exprimate în eseul „Masscult & Midcult", apărut în *Against the American Grain*, o culegere de scrieri ale d-lui Macdonald [36].

Articolul domnului Schonberg din *Saturday Evening Post* care „demască" explozia culturală a apărut în numărul din 13 iulie, 1963. Materialul în care a atacat esența a apărut în *The New York Times* din 18 februarie, 1962.

CAPITOLUL 2

Partea istorică a acestui capitol se bazează în mare parte, deși nu exclusiv, pe [62].

O relatare despre Sindicatul American al Artelor se găsește în [35].

Pentru istoria mișcării Chautauqua, vezi [18].

Cifrele despre vânzările cărților sunt obținute de la American Book Publishers Council, Inc.

Datele de bibliotecă provin de la Oficiul de Învățământ, Departamentul Sănătății, Învățământului și Asistenței Sociale din S.U.A.

Un comentariu despre Liga Orchestrelor Simfonice Americane: dintre toate asociațiile artistice naționale, A.S.O.L. este cea mai puternică, cea mai pragmatică și cea mai interesată să colecționeze date statistice despre membrii săi. Are sediul în Vienna, Virginia.

Statisticile asupra numărului de instrumentiști amatori și asupra vânzărilor de instrumente muzicale se bazează pe estimările anuale emise de Conferința Muzicală Americană, o organizație sprijinită de fabricanții de instrumente muzicale.

Comentariul lui August Heckscher despre „numere" a apărut într-un Supliment al Centrului Lincoln special, publicat de către *The New York Times Magazine* în 23 septembrie, 1962.

CAPITOLUL 3

Estimația inferioară asupra proporțiilor publicului cultural e extrapolată din [91], p. 31.

Estimația superioară provine dintr-un comunicat de presă emis de Institutul de Cercetări Stanford, anunțându-și Raportul Serviciilor de Planificare pe Termen Lung No. 140, iulie, 1962, intitulat „Artele și afacerile".

Cifrele despre vizitarea muzeelor sunt extrase din depoziția lui Otto Wittman în fața unei subcomisii a Senatului S.U.A. [83], pp. 152-156.

Datele despre caracteristicile consumatorului de cultură sunt extrase din:

„Sondajul Orchestrei Simfonice Minneapolis", efectuat în 11 noiembrie, 1955, și care se găsește numai la Orchestra Simfonică din Minneapolis.

„Studiu de marketing al sponsorilor artiștilor americani", disponibil la revista *American Artist*. Acesta se bazează pe un sondaj efectuat în 1963 de către Compania de Cercetări Mark Clements.

„Analiza spectatorilor Teatrului Guthrie", pregătită pentru Fundația Companiei de Teatru Minnesota de către Departamentul de Marketing și Cercetări al Orașelor Gemene", Batten, Barton, Durstine & Osborn, Inc., în decembrie, 1963.

Sondajele lui Thomas Gale Moore asupra spectatorilor de pe Broadway, publicate în *Arts Management*, decembrie, 1963.

„Who's Who in the Audience", revista *Playbill*. Studiu efectuat de Lionel D. Edie & Co., acoperind perioada dintre lunile octombrie, 1960 și octombrie, 1961.

„Sondajul *Show* despre sponsori", efectuat de Erdos și Morgan, între datele de 12 noiembrie, 1963, și 2 ianuarie, 1963.

„Gospodăria e o piață“, 1963, *Saturday Review*, pe baza studiului lui Simmons intitulat „Piețe selective și mijloacele de informare care ajung la ele“.

„Cititorii revistei *Bravo!*“, întocmit pentru *Bravo!* de Richard Manville Research, Inc.

„Oamenii din vecini“, efectuat pentru *Harper's* și *Atlantic* de Erdos și Morgan. Datat septembrie, 1962.

Cifrele despre distribuirea veniturilor provin din [38], p. 29.

Comentariile despre participarea evreilor sunt extrase din *The Reconstructionist*, 25 ianuarie, 1963, p. 22.

Citatele lui Demby provin din interviuri și dintr-un raport pregătit de compania lui pentru autor.

CAPITOLUL 4

Cifrele despre numărul de copii care urmează cursuri de muzică provin din rapoartele anuale ale Conferinței Muzicii Americane.

Max Lerner este citat din [32], pp. 260-261.

Multe dintre aceste citate se găsesc în [24], o utilă antologie.

Citatul Riesman-Roseborough se găsește în [52], p. 114.

Pentru materialul despre mobilitate, vezi [65].

Materialele Institutului de Cercetări Stanford citate în acest capitol provin din „Valorile de consum și cererea“, Raportul No. 81 al Serviciului de Planificare pe Termen Lung, decembrie, 1960.

Articolul profesorului Mauser a apărut în *Harvard Business Review*, noiembrie-decembrie, 1963.

Articolul lui Edward T. Chase din *Atlantic* a apărut în numărul din aprilie, 1962.

Referința din *Business Week* e legată de numărul din 1 februarie, 1964, p. 50.

Machlup, vezi [37], p. 374.

Comentariile lui Peter Drucker despre „industria cunoașterii“ se găsesc în *The New York Times Magazine*, 12 ianuarie, 1962.

CAPITOLUL 5

Mărturia Ligii Orchestrelor Simfonice Americane este publicată în buletinul informativ al asociației, numărul din februarie-martie, 1963.

Evenimentele din Detroit sunt raportate într-un articol scris de mine în revista *Show*, iunie, 1962. Majoritatea informațiilor se bazează pe interviuri. Pasajul statistic asupra caracterului industriei din Detroit se bazează pe date furnizate de Camera de Comerț a orașului.

CAPITOLUL 6

Datele despre boom-ul construcției în campusuri sunt culese dintr-o diversitate de surse, inclusiv *The New York Times, Architectural Record, Architectural Forum, Arts Management* și *Back Stage*.

Pentru numele artiștilor și locurile unde au apărut, vezi calendarul muzical anual pregătit de Comisia Muzicală a Președintelui.

Materialul U.C.L.A. este extras din *Arts Management*, septembrie, 1962.

Materialul despre relația Universității din Michigan cu Asociația Artiștilor Producători se bazează pe *The New York Times*, 3 octombrie, 1962, și pe corespondență nepublicată.

Citatul din McNeil Lowry apare în *The New York Times*, 12 august, 1962.

Referirea la Universitatea din Mississippi se bazează pe relatările din *The New York Times*, 9-11 aprilie, 1963.

Referirea la Universitatea Baylor se bazează pe materiale din *Christian Science Monitor*, 18 martie, 1963.

Citatul din Harold Taylor a apărut în *Arts in Society*, iunie, 1962.

CAPITOLUL 7

Citatul lui Henry Ford e din [5], p. 141.

Dl. Struthers este citat în *Business Week*, 1 decembrie, 1962, p. 28.

Propunerea lui E.B. Weiss a fost publicată în *Advertising Age*, 22 iulie, 1963, p. 3.

Anunțul tipic amintit a apărut în *Newsweek*, 3 septembrie, 1962. Altele asemănătoare se pot găsi în *Time, Business Week* și alte periodice.

Toate referirile la studiul Institutului de Cercetări Stanford făcute în acest capitol se bazează pe raportul intitulat „Artele și afacerile"; vezi mai sus, notele pentru Capitolul 3.

John Kenneth Galbraith este citat din *Horizon*, septembrie, 1960, p. 40.

Dl. Buechner e citat din *Museum News*, octombrie, 1962.

Devereux Josephs e citat dintr-un discurs pe care l-a ținut în 11 noiembrie, 1963, al cărui text apare în *Musical America*, decembrie, 1963, p. 160.

Poziția Consiliului din Trent se găsește în [23], volumul 2, p. 64.

Articolul despre expoziția de artă în proprietatea companiilor organizată de Muzeul Whitney a apărut în *Commonweal*, 20 mai, 1960, p. 214.

Harold Taylor și Karl Shapiro sunt citați din *Arts in Society*, toamna-iarna, 1962-63, pp. 12, 21.

Herbert Read e citat din [50], p. xi și p. 9.

Remarcile lui Herbert Blau figurează în *Arts and Society*, toamna-iarna, 1962-63, p. 42.

Citatul din Josephson despre Frick apare în [25], p. 346. Dl. Josephson însuși citează pe altcineva, deși nu spune pe cine anume.

CAPITOLUL 8

Cifrele cuprinzând numărul consiliilor artistice sunt extrase din diverse numere ale revistei *Arts Management* și din interviuri cu oficialități de la Community Arts Councils, Inc., inclusiv Ralph Burgard, precum și cu R. Philip Hanes jr., care conduce în Winston-Salem, N.C., cea mai completă bibliotecă și fișier de cercetări asupra mișcării consiliilor artistice în Statele Unite.

Datele despre St. Paul se bazează în mare măsură pe interviurile și corespondența cu Ralph Burgard.

Sondajul Camerelor de Comerț a apărut în numărul din iunie, 1962, al publicației *Arts Management*. Alte date despre consiliile artistice și activitățile lor de construcții se găsesc într-un studiu din numărul pe noiembrie, 1963, al aceluiași buletin informativ.

Cuvântarea domnului Slayton este citată în buletinul informativ al Ligii Orchestrelor Simfonice Americane datat iulie-septembrie, 1962.

Istoricul proiectului Lincoln Center se găsește în Suplimentul Centrului Lincoln special publicat de către *The New York Times Magazine*, 23 septembrie, 1962, p. 14.

Vezi și primul raport anual al Lincoln Center, datat 1963.

Pentru acuzațiile împotriva Lincoln Center, vezi un articol de Joan Peyser în *Commentary*, mai, 1961, p. 411; vezi și un articol de Percival Goodman în *Dissent*, vara, 1961, p. 333.

Citatul din McNeil Lowry despre lipsa de administratori artistici apare în *Arts Management*, august, 1962.

CAPITOLUL 9

Studiul pomenit este *College Student Images of a Selected Group of Professions and Occupations*, de Donald D. O'Dowd și David C. Beardslee, Universitatea Wesleyan, Middletown, Connecticut, aprilie, 1960.

Citatul din Slonimsky este preluat din *A Thing Or Two About Music*, de Nicolas Slonimsky, p. 50.

Sondajul Federației Muzicienilor Americani este publicat în *Business Week*, 19 august, 1961, și în textul multiplicat al unui discurs ținut de Herman Kenin, președintele sindicatului, datat 18 aprilie, 1961.

Contractul Orchestrei din Philadelphia este publicat în *Arts Management*, septembrie, 1963.

Cifrele despre afacerile administrației concertelor sunt extrase dintr-un articol al meu din *Show*, mai, 1963. Inițial, s-au bazat aproape integral pe interviuri cu directori din domeniu.

Sondajul asupra câștigurilor compozitorilor e publicat în *The New York Times*, 1 octombrie, 1961.

Datele despre angajările artiștilor sunt extrase parțial din [73].

Cifrele despre creșterea numărului de artiști provin de la Biroul de Recensământ al S.U.A., fiind publicate în *The New York Times*, 8 octombrie, 1963.

CAPITOLUL 10

Cifrele despre industria cărților provin din [39]; *Atlantic*, octombrie, 1947; buletinele Consiliului Editorilor Americani de Carte, Inc., și *Show*, septembrie, 1962.

Datele despre profiturile cărților provin din *Forbes*, 15 octombrie, 1963; cifrele despre editorii comerciali sunt aflate din interviuri.

Cifrele despre fabricația de discuri provin din Asociația Industriei Discurilor din America; interviurile cu directorii R.C.A. Victor și Columbia Records; Raportul Anual al C.B.S. pe anul 1962; și *Fortune*, iulie, 1963.

Cifrele despre deficitele orchestrelor provin din [29], pp. 3-52. Referirea de la pagina 130 la cheltuielile naționale de 30.000.000$ anual pentru orchestre diferă de cifra de 26.000.000$ citată la pagina 15, prin faptul că includ și orchestrele de colegiu și universitate. Acestea sunt excluse intenționat din cifra de 26.000.000$.

Citatul din Liga Orchestrelor Simfonice Americane face parte din buletinul său informativ datat martie-aprilie, 1961.

Cifrele despre deficitele instituțiilor specifice se bazează în general pe interviuri cu oficialitățile acestor instituții.

Datele despre Muzeul de Artă Modernă sunt extrase din raporul anual pe 1962-63 al instituției și din publicația sa *Today and Tomorrow.*

Studiul despre 52 de muzee de artă a apărut în „Raportul Muzeelor No. 4", publicat de Asociația Muzeelor americane, ianuarie, 1963.

CAPITOLUL 11

Cifrele despre costurile estimative pentru participarea la concertele simfonice, vizitarea Muzeului de Artă Modernă sau intrarea la Opera Metropolitană sunt extrapolate din rapoartele anuale, date din interviuri și alte materiale citate anterior.

CAPITOLUL 12

Un scurt sumar al istoriei patronajului apare în [44]. Această carte include de asemenea un studiu asupra sprijinului de stat pentru arte în alte țări și o istorie a relațiilor guvernului federal cu artele, până în primii ani ai programului W.P.A. pentru arte.

Citatul din Dürer se găsește în [61], p. 165. Cartea este o istorie socială a picturii, „din Antichitate până la Revoluția Franceză", savantă dar lizibilă.

Pentru materialele despre magnații-patroni, vezi, [4], [9], [34], [41].

Asupra numărului de milionari, vezi *New Republic*, 3 martie, 1958, p. 8.

Pentru cifrele despre filantropia americană, vezi [74].

Asupra impozitului hotelier din San Francisco, vezi [88].

Pentru datele despre activitățile de stat în domeniul artistic, vezi numerele din *Arts Management* și rapoartele anuale ale Consiliului Artistic al Statului New York.

Relatarea divergențelor dintre Robert Joffrey Ballet și Rebekah Harkness Foundation este extrasă din relatări de presă, inclusiv *The New York Times* din 18 martie, 1964. Purtătorii de cuvânt ai Fundației consideră că Fundația a fost tratată nedrept în unele articole din ziare.

CAPITOLUL 13

Lupta trupei Livin Theatre cu Serviciul de Venituri Interne a fost relatată în *Village Voice*, 24 octombrie, 1963; și în *The New York Times*, la următoarele date: 18-19-20 octombrie, 1963; 23 ianuarie, 14-15 mai, 1964.

Ideea că ajutorul federal pentru arte ar coincide cu un complot al Moscovei se reflectă într-o mărturie prestată în fața Senatului S.U.A.. Vezi [83], p. 250.

Propunerea domnului Tynan se găsește în *Musical America*, decembrie, 1963, p. 156.

Citatul din dl. Lipton a apărut în *The New York Times*, 6 aprilie, 1963.

Remarcile lui Pollack se găsesc în [83], p. 157.

Estimația Tezaurului asupra economiilor fiscale prin contribuții se găsește în [67], p. 23.

Cifrele despre filantropia privată se bazează masiv pe [74].

Cifrele pentru cheltuielile naționale europene pe subsidii către arte sunt extrase din [81].

Afirmațiile lui Larry Rivers despre ajutorul guvernamental sunt extrase din *The New York Times*, 28 aprilie, 1961.

Comentariile d-lui Richards despre pericolele ajutorului federal sunt extrase din [75], p. 17.

Sensibilul atac al d-lui Lynes se găsește în *The New York Times Magazine*, 25 martie, 1962, p. 84.

Senatorul Yarborough este citat din [83], p. 119.

Pentru întâmplarea cu Martha Graham, vezi *Newsweek*, 28 octombrie, 1963, p. 68; de asemenea, scrisoarea din *The New York Times*, 23 septembrie, 1963.

Citatul din deputatul de atunci Jacob Javits a apărut în *New York Post*, 9 august, 1949.

Referirile la studiul publicat de Brookings fac parte din [42], pp. 280-288.

John MacFayden e citat din mărturia în fața Senatului S.U.A., [83], p. 117.

Pentru remarcile d-lui Galbraith, vezi [84].

Comentariile lui Arlan R. Coolidge fac parte din [83], p. 131.

Dl. Rockefeller este citat din *The New York Times*, 23 iunie, 1963.

Afirmațiile Senatorului Javits despre „înfometarea culturală" se găsesc în [83], p. 103.

Citatul este extras dintr-un proiect de lege pentru o fundație națională de arte, publicat în S.165, [83], p. 8.

Comentariile lui Roger L. Stevens despre patrimoniul fizic al artelor se găsesc în [83], p. 194. Constatările exact opuse ale d-lui Heckscher apar în [67], p. 14.

CAPITOLUL 14

Dl. Schonberg despre grosolănia gusturilor publice: *The New York Times*, 18 mai, 1961.

Remarcile lui Albert Bush-Brown apar în [83], p. 77.

Avertismentul lui Daniel Catton Rich se găsește în *Museum News*, martie, 1961, p. 36.

Macdonald: vezi [36], pp. 18, 37, 54, ix, x. În orice caz, citiți întregul eseu.

Re: „a lăsa gloata să voteze...", vezi [60]. p. 39.

Răspunsul lui Daniel Bell pentru dl. Macdonald figurează în *Studies in Public Communication*, toamna, 1962. Printre altele, ochiul ager al d-lui Bell a remarcat în diverse versiuni ale „Masscult & Midcult" dovezi interne care tind să contrazică ideea că gustul publicului e în declin. Problema e prea complicată pentru a fi dezvoltată aici fără citate prelungite. Dar pentru oricine agreează o glumă literar-academică „interioară", recomand nota de subsol a lui Bell, la p. 15.

Comentariile lui Kurt Adler despre noul public apar în *The New York Times*, 28 august, 1963.

Experiențele dlui Arnason în Coreea de Sud sunt descrise în *The New York Times*, 20 noiembrie, 1959.

Citatul lui August Heckscher despre „Cine citește o carte americană?" face parte dintr-un discurs ținut în 11 noiembrie, 1963, al cărui text se găsește în *Musical America*, decembrie, 1963, p. 150.

Despre pretinsa dispariție a avangărzii: remarca d-lui Swados este extrasă din *Contact*, aprilie, 1963; cea a d-lui Macdonald apare la p. 56 din *Against the American Grain* [36]; a d-lui Fielder figurează în *New York Herald Tribune Magazine*, 17 mai, 1964.

Articolul din *Dance Magazine* despre companiile de amatori a apărut în numărul din decembrie, 1962.

Comentariul lui Norman Podhoretz asupra elitismului e citat din *Show*, decembrie, 1962, p. 43.

Cuvintele lui Benjamin Franklin fac parte din „O propunere pentru promovarea cunoștințelor folositoare printre plantațiile britanice din America", manifest emis la data de 14 mai, 1743, în care Franklin îndemna la întemeierea Societății Filosofice Americane.

BIBLIOGRAFIE

Cărți:

1. Allen, Frederick Lewis. *The Lords of Creation* („Stăpânii creațiunii“), New York: Harper & Bros., 1935.
2. Amory, Cleveland. *Who Killed Society?* („Cine a ucis societatea?“) New York: Harper & Bros., 1960.
3. Barzun, Jacques. *Music in American Life* („Muzica în viața americană“), Gloucester, Massachusetts: Peter Smith, 1958.
4. Beer, Thomas. *The Mauve Decade* („Deceniul Mov“), Garden City, N.Y.: Garden City Publishing Co., 1926.
5. Behrman, S.N. *Duveen*, New York: Vintage Books, n.d.
6. Bell, Bernard Iddings. *Crowd Culture* („Cultura mulțimilor“), Chicago: Henry Regnery, 1952.
7. Blau, Peter M. și Scott, W. Richard. *Formal Organizations* („Organizații oficiale“), San Francisco: Chandler Publishing Co., 1962.
8. Calverton, V.F. *The Liberation of American Literature* („Eliberarea literaturii americane“), New York: Charles Scribner's Sons, 1932.
9. Curti, Merle. *The Growth of American Thought* („Dezvoltarea gândirii americane“), New York: Harper & Bros., 1943.
10. De Grazia, Sebastian. *Of Time, Work & Leisure* („Despre vreme, muncă și timp liber“), New York: Twentieth Century Fund, 1962.
11. Eliot, T.S. *Notes Towards the Definition of Culture* („Note pentru definirea culturii“), New York: Harcourt, Brace & Co., 1949.
12. Fischer, Ernst. *The Necessity of Art* („Necesitatea artei“), Baltimore“: Penguin Books, 1963.
13. Freedman, Morris. *Confessions of a Conformist* („Confesiunile unui conformist“), New York: W.W. Norton, 1961.
14. Gaunt, William. *The Aesthetic Adventure* („Aventura estetică“), New York; Harcourt, Brace & Co., 1945.
15. Graña, Cesar. *Bohemian versus Bourgeois* („Boem contra burghez“), New York: Basic Books, 1964.
16. Griffith, Thomas. *The Waist-High Culture* („Cultura până la cingătoare“), New York: Grosset & Dunlap, 1959.
17. Guerard, Albert L. *Art for Art's Sake* („Artă pentru artă“), New York: Schocken Books, 1963.
18. Harrison, Harry P. și Detzer, Karl. *Culture Under Canvas* („Cultură sub pânză“), New York: Hastings House, 1958.
19. Hauser, Arnold. *The Social History of Art* („Istoria socială a artei“), New York: Vintage Books, n.d. (4 vol.).
20. Heckscher, August. *The Public Happiness* („Fericirea publică“), New York: Atheneum, 1962.

21. Hindemith, Paul. *A Composer's World* („Lumea unui compozitor"), Garden City, N.Y.: Anchor Books, 1961.
22. Hoggart, Richard. *The Uses of Literacy* („Foloasele alfabetizării"), Boston: Beacon Press, 1961.
23. Holt, Elizabeth G., ed. *A Documentary History of Art* („O istorie documentară a artei"), Garden City, N.Y.: Anchor Books, 1957, 1958 (2 vol.).
24. Josephson, Eric și Mary, red. *Man Alone* („Numai omul"), New York: Dell Books, 1962.
25. Josephson, Matthew. *The Robber Barons* („Baronii hoți"), New York: Harcourt, Brace & World, Inc., 1962.
26. Keezer, Dexter M., ed. *Financing Higher Education, 1960-70* („Finanțarea studiilor superioare, 1960-70"), New York: McGraw-Hill, 1959.
27. Keller, Suzanne. *Beyond the Ruling Class* („Dincolo de clasa conducătoare"), New York: Random House, 1963.
28. Knight, Arthur. *The Liveliest Art* („Cea mai vie artă"), New York: New American Library, 1957.
29. Lang, Paul Henry, ed. *One Hundred Years of Music in America* („O sută de ani de muzică în America"), New York: G. Schirmer, Inc., 1961.
30. Larrabee, Eric și Meyersohn, Rolf, red. *Mass Leisure* („Timpul liber de masă"), Glencoe, Illinois: The Free Press, 1958.
31. Laski, Harold J. *The American Democracy* („Democrația americană"), New York: Viking Press, 1948.
32. Lerner, Max. *America as a Civilization* („America ca o civilizație"), New York: Simon & Schuster, 1957.
33. Lowenthal, Leo. *Literature, Popular Culture, and Society* („Literatură, cultură populară și societate"), Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1961.
34. Lundberg, Ferdinand. *America's 60 Families* („Cele 60 de familii ale Americii"), New York: Citadel Press, 1946.
35. Lynes, Russell. *The Tastemakers* („Creatorii de gusturi"), New York: Grosset & Dunlap, 1954.
36. Macdonald, Dwight. *Against the American Grain* („În răspărul american"), New York: Random House, 1962.
37. Machlup, Fritz. *The Production and Distribution of Knowledge in the United States* („Producția și distribuția cunoașterii în Statele Unite"), Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1962.
38. Miller, Herman P. *Rich Man, Poor Man* („Om bogat, om sărac"), New York: Thomas Y. Crowell, 1964.
39. Miller, William. *The Book Industry* („Industria cărților"), New York: Columbia University Press, 1949.
40. Myers, Bernard S. *Problems of the Younger American Artist* („Probleme ale artistului american tânăr"), New York: The City College Press, 1957.
41. Myers, Gustavus. *History of the Great American Fortunes* („Istoria marilor averi americane"), New York: Modern Library, 1937.
42. Orlans, Harold. *The Effects of Federal Programs on Higher Education*

(„Efectele programelor federale de învățământ superior"), Washington, D.C.: The Brookings Institution, 1962.
43. Ortega y Gasset, Jose. *The Dehumanization of Art* („Dezumanizarea artei"), Garden City, N.Y.: Anchor Books, n.d.
44. Overmyer, Grace. *Government and the Arts* („Guvernul și artele"), New York: W.W. Norton, 1939.
45. Packard, Vance. *The Status Seekers* („Amatorii de parvenire"), New York: David McKay, 1959.
46. Parrington, Vernon Louis. *Main Currents in American Thought* („Curente principale în gândirea americană"), New York: Harcourt, Brace & Co., 1930.
47. Pieper, Josef. *Leisure the Basis of Culture* („Timpul liber, baza culturii"), New York: Pantheon Books, 1964.
48. Read, Herbert. *Art and Society* („Artă și societate"), New York: Pantheon Books, n.d.
49. Read, Herbert. *The Tenth Muse* („A zecea muză"), New York: Grove Press, 1958.
50. Read, Herbert. *To Hell with Culture* („Dracu' s-o ia de cultură") , New York: Schocken Books, 1963.
51. Reitlinger, Gerald. *The Economics of Taste* („Economia gustului"), Londra: Barrie & Rockliff, 1961.
52. Riesman, David. *Abundance for What?* („Abundență pentru ce?"), Garden City, N.Y.: Doubleday & Co., 1964.
53. Rosenberg, Bernard, și White, David Manning, red. *Mass Culture* („Cultura de mase"), Glencoe, Illinois: The Free Press, 1960.
54. Rosenberg, Harold. *The Tradition of the New* („Tradiția noului"), New York: Grove Press, 1961.
55. Schultz, Theodore W. *The Economic Value of Education* („Valoarea economică a educației"), New York: Columbia University Press, 1963.
56. Sinclair, Upton. *Mammonart* („Arta lui Mammona"), Pasadena, California: publicata de autor, 1925.
57. Taylor, Harold. *Art and the Intellect* („Arta și intelectul"). New York: The Museum of Modern Art, 1960.
58. Tocqueville, Alexis de. *Democracy in America* („Democrația în America"), New York: Vintage Books. n.d. (2 vol.)
59. Weber, Max. *From Max Weber* („De la Max Weber citire"), New York: Oxford University Press, 1961.
60. Williams, Raymond. *Culture and Society* („Cultură și societate"), Garden City, N.Y.: Anchor Books, 1960.
61. Wittkower, Rudolf și Margot. *Born Under Saturn* („Născut sub Saturn"), New York: Random House, 1963.
62. Wright, Louis B. *The Cultural Life of the American Colonies 1607-1763* („Viața culturală a coloniilor americane, 1607-1763"), New York: Harper & Row, 1962.

Rapoarte şi alte documente

63. *The American Imagination* („Imaginația americană"), o panoramă critică a artelor, din *Times Literary Supplement*. Publicat în S.U.A. de Atheneum Publishers, 1960.
64. „Publicul cititor american", *Daedalus*, iarna, 1963.
65. „Creatorii de gusturi ai Americii", o nouă strategie pentru prezicerea schimbărilor din comportamentul consumatorilor. Publicat de Opinion Research Corp., Princeton, New Jersey, 1959.
66. „Analiza publicului Teatrului Guthrie", pregătit de Batten, Barton, Durstine și Osborn, Inc., Minneapolis, 1963.
67. „Artele și guvernarea națională", raport către Președinte înaintat de August Heckscher, Consultant Special cu Artele, 28 mai, 1963, Documentul Senatului S.U.A. No. 28, Congresul al 88-lea, Sesiunea Întâi.
68. „Artele și patronajul public", de Sir William Emrys Williams. Publicat de Consiliul Artelor din Marea Britanie, Londra, 1958.
69. „Cărămizi și mortar", raport asupra planificărilor și construcțiilor din colegii. Educational Facilities Laboratories, Inc., 1964.
70. „Raportul Anual al Consiliului Canadian, 1962-63", Consiliul Canadian, Ottawa, 1963. Conține o declarație despre filosofia guvernului canadian asupra patronării artelor.
71. „Forma în schimbare a structurii americane de clasă", de Kurt B. Mayer, *Social Research*, iarna, 1963.
72. „Dezbaterea asupra standardelor culturale în Anglia secolului al nouăsprezecelea", de Leo Lowenthal și Ina Lawson, *Social Research*, iarna, 1963.
73. „Condițiile economice ale artelor interpretative". Audieri în fața Subcomisiei de Învățământ Selecționate din Comisia Camerei Reprezentanților pentru Educație și Muncă; Congresul al 7-lea, Sesiunile întâi și a doua.
74. „Donații în S.U.A.", rapoarte anuale despre filantropia din America; numerele dintre 1958 și 1964. Publicate de The American Association of Fund-Raising Counsel.
75. „Guvernul și artele". Audieri în fața unei Subcomisii Speciale din Comisia pentru Muncă și Asistență Socială Publică. Senatul S.U.A., Congresul al 87-lea, Sesiunea a Doua, 29-31 august, 1962.
76. „Sondaj asupra artelor în St. Louis și împrejurimi". Sumar după Concluziile chestionarelor, Booz, Allen & Hamilton, Chicago, 1963. O încercare fără precedent de a culege date economice și sociologice despre instituțiile nonprofit la nivel național.
77. „Înalta dialectică a filantropiei", de Arthur Vidich. *Social Research*, iarna, 1963.
78. „Lincoln Center, bazar al artelor", de Percival Goodman, *Dissent*, vara, 1961.
79. „Cultura de masă și mass media", *Daedalus*, primăvara, 1960. Printre participanții la simpozion se numără Hannah Arendt, Ernest van den Haag, Randall Jarrell, Edward Shils și Stanley Edgar Hyman.
80. *Modernity and Mass Society* („Modernismul și societatea de masă"), de

Daniel Bell. Studii despre comunicațiile publice, toamna, 1962. Publicat de University of Chicago Press.
81. „Bani pentru arte", de Henry Lee Munson. Raport despre sprijinul de stat al artelor în șapte țări europene. H.L. Munson & Co., Inc., New York, 1962.
82. „Sondaj despre muzică și discuri printre cititorii revistelor *Harper's* și *The Atlantic Monthly*. Harper-Atlantic Sales Inc., New York, 1962.
83. „Legislația națională a artelor. Audieri în fața Subcomisiei Speciale pentru Arte din Comisia pentru Muncă și Asistență Socială Publică. Senatul S.U.A., Congresul al 88-lea, Sesiunea întâi, 28 octombrie – 1 noiembrie, 1963.
84. „Viitorul națiunii", transcriere a emisiunii de televiziune N.B.C. din 11 februarie, 1961. Dezbatere despre ajutorul federal pentru arte: John Kenneth Galbraith în dialog cu Russel Lynes.
85. „Omul nou în arte", de Jacques Barzun. *Arts in Society*, ianuarie, 1958. Publicat de University Extension Division, University of Wisconsin. O discuție despre amatorism.
86. „Rapoartele Anuale ale Consiliului Artistic al Statului New York". Publicate de N.Y.S.C.A., New York.
87. „Noapte și zi în Richmond, Virginia", studiu de fezabilitate asupra unui centru cultural în Richmond, de William A. Briggs; Richmond, februarie, 1962. Conține diagrame despre construcția centrului artistic și tabele de finanțare de pe tot cuprinsul Statele Unite.
88. „Parteneriat în arte", sprijinul public și privat al activităților culturale din Zona Golfului San Francisco, de Mel Scott. Raport publicat de Institutul de Studii Guvernamentale, University of California, Berkeley, 1963.
89. „Săptămâna scurtă de lucru și folosirea constructivă a timpului liber". Dezbateri la a opta Conferință Anuală a AFL-CIO despre activitățile de serviciu ale comunității, New York, 1963.
90. „Un teatru de repertoriu clasic permanent în capitala țării", de Zelda Fichlandler, Washington, D.C., 1959.
91. „Un studiu al schimburilor culturale în Statele Unite". Kenyon & Eckhardt, Inc., New York, 1962.
92. „Un studiu asupra sprijinului voluntar pentru învățământul superior public", pregătit de G.A. Brakeley & Co., Inc., New York, 1963.
93. „Subvențiile au sens", de Hope Stoddard. Publicat de Federația Muzicienilor Americani, New York, n.d.
94. „Sondaj al consiliilor artistice". American Symphony Orchestra League, Vienna. Virginia, 1959.
95. „Conferință lărgită asupra artelor", documente și discuții reproduse în *Arts in Society*, toamna-iarna, 1962-63. Publicat de University Extension Division, University of Wisconsin. Printre participanți se numără Harold Taylor, Karl Shapiro, Herbert Blau și Kenneth Burke.

Index

Dacă nu avem o imagine clară despre condițiile economice ale instituțiilor noastre culturale, nu vom putea evalua niciodată impactul boomului cultural, căci, așa cum am subliniat, arta și banii, calitatea uneia și cantitatea celorlalți sunt legate intim.

În această carte Toffler ne demonstrează încă o dată că forța și perspicacitatea sa analitică nu se aplică exhaustiv domeniului economic, ci și asupra culturii. Revoluția culturală americană, demitizarea așa-zisei culturi a elitelor, importanța banului în promovarea culturii – iată numai câteva dintre temele abordate aici.
Cultura română traversează o criză de rentabilitate. Citită de factorii implicați în poziții de decizie, această lucrare va sugera cu siguranță numeroase soluții.

ISBN 973-9241-30-1

Preț: 19500 lei